

**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
Концепции современного дизайна в рекламе**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Николаева Д.А.
	Идентификатор	R67be3d14-NikolayevaDA-721b24d

(подпись)

Д.А.

Николаева

(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: Выполнение задания

1. Анализ и подбор 10-ти 3D работ (Домашнее задание)
2. Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне (Домашнее задание)
3. Голографическая реклама товаров или услуг (Домашнее задание)
4. Рекламная афиша в стиле стекломорфизм (Домашнее задание)
5. Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам (Домашнее задание)
6. Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация (Домашнее задание)

БРС дисциплины

7 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %						
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
	Срок КМ:	1	2	3	4	5	6
Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.							
Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы.	+	+					
Креативная концепция рекламного продукта.							
Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. аналитический, конструктивный,	+	+	+	+			

художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.						
Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность.						
Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности.	+	+				
Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.						
Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток.	+	+	+	+		
Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.						
Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры.	+	+	+	+	+	+
Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.						
Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер масскульты. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе.	+	+	+	+	+	+
Вес КМ:	20	15	15	15	15	20

\$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: основные этапы и принципы проектирования рекламы Уметь: создавать эффективный дизайн рекламной продукции	Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне (Домашнее задание) Голографическая реклама товаров или услуг (Домашнее задание) Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация (Домашнее задание)
ПК-1	ИД-3ПК-1 Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии	Знать: современные методы рекламного проектирования Уметь: использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности	Анализ и подбор 10-ти 3D работ (Домашнее задание) Рекламная афиша в стиле стекломорфизм (Домашнее задание) Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам (Домашнее задание)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне."

Краткое содержание задания:

Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные этапы и принципы проектирования рекламы	1.Контрольные вопросы на знания современных концепций в дизайне.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-2. Голографическая реклама товаров или услуг

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Голографическая реклама товаров или услуг"

Краткое содержание задания:

Голографическая реклама товаров или услуг

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные этапы и принципы проектирования рекламы	1.Контрольные вопросы на знания понятия голография и как её можно применять в рекламе
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-3. Анализ и подбор 10-ти 3D работ

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Анализ и подбор 10-ти 3D работ"

Краткое содержание задания:

Анализ и подбор 10-ти 3D работ

Контрольные вопросы/задания:

Знать: современные методы рекламного проектирования	1.Контрольные вопросы на знания отличий 2D от 3D
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-4. Рекламная афиша в стиле стекломорфизм

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Рекламная афиша в стиле стекломорфизм"

Краткое содержание задания:

Рекламная афиша в стиле стекломорфизм.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: современные методы рекламного проектирования	1.Контрольные вопросы на знания стиля стекломорфизм и его главных отличительных черт.
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-5. Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация."

Краткое содержание задания:

Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация.

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: создавать эффективный дизайн рекламной продукции	1.Контрольные вопросы на умения отличать близкие стили и находить их принципиальные отличия
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-6. Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам."

Краткое содержание задания:

Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам.

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности	1.Контрольные вопросы на умения соединять узнаваемые образы с рекламой товаров или услуг
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ
		Дисциплина «Концепции современного дизайна в рекламе»
		ГПИ
БИЛЕТ №1		
1. Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне;		
Лектор потока		Ассистент каф. РСиЛ Николаева Д.А.

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.

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ
		Дисциплина «Концепции современного дизайна в рекламе»
		ГПИ
БИЛЕТ №2		
1. Голографическая реклама товаров или услуг;		
Лектор потока		Ассистент каф. РСиЛ Николаева Д.А.

2.

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ

		Дисциплина «Концепции современного дизайна в рекламе»
		ГПИ
БИЛЕТ №3		
1. Анализ и подбор 10-ти 3D работ;		
Лектор потока		
Ассистент каф. РСиЛ Николаева Д.А.		

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что такое дизайн?

Ответы:

Художественное конструирование предметов быта, внутренних помещений, промышленных, типографских и т. п. изделий.

Верный ответ: Художественное конструирование предметов быта, внутренних помещений, промышленных, типографских и т. п. изделий.

2. Что такое реклама?

Ответы:

Реклама — направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования, с целью формирования или поддержания интереса к нему.

Верный ответ: Реклама — направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования, с целью формирования или поддержания интереса к нему.

3. Что такое креативная концепция рекламного продукта?

Ответы:

Общая идея, объединяющая все рекламные действия, направленные на создания положительного видения бренда. Это основа, на которой и строится вся кампания.

Поэтому так важно уделить внимание полноценной разработке рекламной концепции, которая найдет достойный отклик у аудитории.

Верный ответ: Общая идея, объединяющая все рекламные действия, направленные на создания положительного видения бренда. Это основа, на которой и строится вся кампания. Поэтому так важно уделить внимание полноценной разработке рекламной концепции, которая найдет достойный отклик у аудитории.

4. Методы генеративного дизайна?

Ответы:

Существует множество методов генеративного дизайна, все они основаны на единых базовых этапах взаимодействия системы и оператора. Выделяются следующие этапы: • формулирование задачи; • установка параметров; • генерация; • отбор результатов.

Верный ответ: Существует множество методов генеративного дизайна, все они основаны на единых базовых этапах взаимодействия системы и оператора.

Выделяются следующие этапы: • формулирование задачи; • установка параметров; • генерация; • отбор результатов.

5. Понятие генеративный дизайн, опишите.

Ответы:

Для решения задачи нужно понимать, что такое генеративный дизайн и принципы его работы. Генеративный дизайн – это процесс поиска форм при помощи заданного алгоритма действий. Понятие генеративной дизайн является обещающим для исследований, приводящихся в дизайне, архитектуре и искусстве путем применения алгоритмов. Алгоритм является основным элементом генеративного дизайна, поскольку именно он выполняет заданные задачи. Широкое распространение понятие генеративный дизайн получило относительно недавно и зачастую относится к способу

компьютерного расчета, но данный способ проектирования появился задолго до появления компьютеров. По праву прародителем современного генеративного дизайна является Бен Лапоски, применивший данный метод для создания «электронных абстракций» при помощи осциллографа.

Верный ответ: Для решения задачи нужно понимать, что такое генеративный дизайн и принципы его работы. Генеративный дизайн – это процесс поиска форм при помощи заданного алгоритма действий. Понятие генеративной дизайн является обещающим для исследований, приводящихся в дизайне, архитектуре и искусстве путем применения алгоритмов. Алгоритм является основным элементом генеративного дизайна, поскольку именно он выполняет заданные задачи. Широкое распространение понятие генеративный дизайн получило относительно недавно и зачастую относится к способу компьютерного расчета, но данный способ проектирования появился задолго до появления компьютеров. По праву прародителем современного генеративного дизайна является Бен Лапоски, применивший данный метод для создания «электронных абстракций» при помощи осциллографа.

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

Вопросы, задания

1.

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ
		Дисциплина «Концепции современного дизайна в рекламе»
		ГПИ
БИЛЕТ №4 1. Лендинг; Лектор потока Ассистент каф. РСиЛ Николаева Д.А.		

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Приведите примеры применения генеративного дизайна

Ответы:

Применение генеративного дизайна в профессиональном процессе вызывает множество споров. Влияет ли применение данного метода на процесс работы положительно. Применение генеративного дизайна в рамках создания компьютерной игры. Создание игры довольно длительный процесс, который подразумевает частую проверку сделанного результата и постоянное исправление ошибок. На примере проектирования игры «Bad North» отлично видно использование генеративного дизайна и его влияние на процесс создания и конечный результат. До применения алгоритма в своей работе, у автора уходил рабочий день на создание двух игровых моделек островов. После использования алгоритма «Wave Function Collapse», автор смог ускорить создание карт до 4-12 карт за пять минут. Что значительно дало прибавку в скорости производства данной игры и её качества. Применение генеративного дизайна в процессе архитектурного проектирования. Для создания архитектурного проекта, нужно

пользоваться большим количеством данных, что для человека становится весьма непростой задачей. Так, например, компания SA lab использует генеративный дизайн на всех уровнях проектирования. Одним из ключевых алгоритмов в их проектах является, алгоритм по размещению квартальной застройки, который на основе заложенный данный генерирует множество вариантов размещения зданий и других элементов архитектурной среды. Архитектору остается только выбрать подходящий вариант, что экономит много времени и позволяет сосредоточиться на других аспектах работы.

Верный ответ: Применение генеративного дизайна в профессиональном процессе вызывает множество споров. Влияет ли применение данного метода на процесс работы положительно. Применение генеративного дизайна в рамках создания компьютерной игры. Создание игры довольно длительный процесс, который подразумевает частую проверку сделанного результата и постоянное исправление ошибок. На примере проектирования игры «Bad North» отлично видно использование генеративного дизайна и его влияние на процесс создания и конечный результат. До применения алгоритма в своей работе, у автора уходил рабочий день на создание двух игровых моделей островов. После использования алгоритма «Wave Function Collapse», автор смог ускорить создание карт до 4-12 карт за пять минут. Что значительно дало прибавку в скорости производства данной игры и её качества. Применение генеративного дизайна в процессе архитектурного проектирования. Для создания архитектурного проекта, нужно пользоваться большим количеством данных, что для человека становится весьма непростой задачей. Так, например, компания SA lab использует генеративный дизайн на всех уровнях проектирования. Одним из ключевых алгоритмов в их проектах является, алгоритм по размещению квартальной застройки, который на основе заложенный данный генерирует множество вариантов размещения зданий и других элементов архитектурной среды. Архитектору остается только выбрать подходящий вариант, что экономит много времени и позволяет сосредоточиться на других аспектах работы.

2. Что обозначает акцент на цвет?

Ответы:

Важно найти баланс и выбрать **один доминирующий элемент на баннере**. Если это цвет, то стоит использовать простой шрифт и не перегружать креатив излишним дизайном.

Верный ответ: Важно найти баланс и выбрать один доминирующий элемент на баннере. Если это цвет, то стоит использовать простой шрифт и не перегружать креатив излишним дизайном.

3. Что такое 3D?

Ответы:

Трёхмерная графика — раздел компьютерной графики, посвящённый методам создания изображений или видео путём моделирования объектов в трёх измерениях. 3D-моделирование — процесс создания трёхмерной модели объекта. Задача 3D-моделирования — разработать зрительный объёмный образ желаемого объекта.

Верный ответ: Трёхмерная графика — раздел компьютерной графики, посвящённый методам создания изображений или видео путём моделирования объектов в трёх измерениях. 3D-моделирование — процесс создания трёхмерной модели объекта. Задача 3D-моделирования — разработать зрительный объёмный образ желаемого объекта.

4. В чем разница между 2D и 3D

Ответы:

3D называют объёмным изображением. Проще говоря, 2D создает изображение двумерное, а **3D** – трехмерное. **3D** позволяет оценить размеры объекта и расстояние до него благодаря способности нашего зрения воспринимать перспективу.

Верный ответ: 3D называют объемным изображением. Проще говоря, 2D создает изображение двумерное, а 3D – трехмерное. 3D позволяет оценить размеры объекта и расстояние до него благодаря способности нашего зрения воспринимать перспективу.

5. Что такое дизайн-концепция?

Ответы:

Это основополагающая идея, комплексное видение того, как будет воплощён бренд во всевозможных графических материалах — в фирменном стиле и упаковке, на сайте и рекламных носителях, в оформлении офисного или торгового пространства и т. д.

Верный ответ: Это основополагающая идея, комплексное видение того, как будет воплощён бренд во всевозможных графических материалах — в фирменном стиле и упаковке, на сайте и рекламных носителях, в оформлении офисного или торгового пространства и т. д.

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка определяется в соответствии с Положением о балльнорейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка определяется в соответствии с Положением о балльнорейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

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