

**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
Проектирование фирменного стиля**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

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

Д.А.
Николаева

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

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

М.В. Вовк

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н.
Курилов

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: Выполнение задания

1. Брендбук (Домашнее задание)
2. Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов (Домашнее задание)
3. Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание)
4. Продумать 5 маскотов (Домашнее задание)
5. Разработка логотипа и фирменного знака (Домашнее задание)
6. Разработка рекламы в рамках фирменного стиля (Домашнее задание)
7. Создание лендинга (Домашнее задание)
8. Создание трех визиток (персональные или бренда) (Домашнее задание)

БРС дисциплины

5 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
История развития фирменного стиля. Основные виды элементов фирменного стиля.					
Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля. Примеры фирменного стиля. Терминология. Функции фирменного сти-ля. Фирменный стиль как элемент рекламы.	+	+			
Визуальные константы фирменного стиля. Логотип и этапы создания логотипа и фирменного знака.					
Разработка основных элементов фирменного стиля - товарный знак, название. Философия и сфера деятельности компании и как это отобразить в фирменном стиле.	+	+			
Деловая документация. Оформление электронных рассылок.					
Разработка деловой документации - бланк, конверт, приглашение, визитная карточка. Примеры презентаций разработанных в общей стилистике фирмы. Электронная			+	+	

документация и виды её оформления.				
Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика.				
Разработка основных элементов фирменного стиля - фирменный цвет. Определение. Цветовая гамма как константа. Цветовая символика. Ассоциации. Психология цвета и его воздействия на потребителя.			+	+
Вес КМ:	25	25	25	25

6 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-5	КМ-6	КМ-7	КМ-8
	Срок КМ:	4	8	12	15
Реклама					
Разработка рекламы - в средствах массовой информации, в транспорте, в наружной рекламе, в телевидении.	+	+			
Сайт. Лендинг					
Разработка сайта. Разработка лендинга. Примеры web продуктов и их основные функции.	+	+			
Маскот					
Что такое маскоты и как их используют в дизайне фирменного стиля.			+	+	
Брендбук					
Содержание и назначение брендбука			+	+	
Вес КМ:	25	25	25	25	25

\$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 закономерности создания объектов фирменного стиля содержание и назначение брендбука Уметь: проектировать системы графических элементов и отдельные элементы фирменного стиля разрабатывать собственные дизайн-проекты	Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов (Домашнее задание) Разработка логотипа и фирменного знака (Домашнее задание) Создание трех визиток (персональные или бренда) (Домашнее задание) Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание) Разработка рекламы в рамках фирменного стиля (Домашнее задание) Создание лендинга (Домашнее задание) Продумать 5 маскотов (Домашнее задание) Брендбук (Домашнее задание)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

5 семестр

КМ-1. Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов".

Краткое содержание задания:

Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные закономерности создания объектов фирменного стиля	1.Контрольные вопросы на знания констант фирменного стиля.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-2. Разработка логотипа и фирменного знака

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Разработка логотипа и фирменного знака".

Краткое содержание задания:

Разработка логотипа и фирменного знака

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные закономерности создания объектов фирменного стиля	1.Контрольные вопросы на знания отличий логотипа от графики.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-3. Создание трех визиток (персональные или бренда)

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Создание трех визиток (персональные или бренда)".

Краткое содержание задания:

Создание трех визиток (персональные или бренда)

Контрольные вопросы/задания:

Знать: содержание и назначение брендбука	1.Контрольные вопросы на знания основных этапов про создании визитки.
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-4. Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов".

Краткое содержание задания:

Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов

Контрольные вопросы/задания:

Знать: содержание и назначение брендбука	1.Контрольные вопросы на знания сочетания цветов и какие варианты сочетаний бывают.
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

6 семестр

КМ-5. Разработка рекламы в рамках фирменного стиля

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Разработка рекламы в рамках фирменного стиля".

Краткое содержание задания:

Разработка рекламы в рамках фирменного стиля

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: проектировать системы графических элементов и отдельные эле-менты фирменного стиля	1.Контрольные вопросы на умения выстроить эффективную рекламу.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-6. Создание лендинга

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Создание лендинга".

Краткое содержание задания:

Создание лендинга

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: проектировать системы графических элементов и отдельные эле-менты фирменного стиля	1.Контрольные вопросы на умения использовать готовые блоки выстроить лендинг для социальных сетей или на сайт.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания:

КМ-7. Продумать 5 маскотов

Формы реализации: Выполнение задания

Тип контрольного мероприятия: Домашнее задание

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Подготовка домашнего задания "Продумать 5 маскотов".

Краткое содержание задания:

Продумать 5 маскотов для компаний и 1 маскот для МЭИ

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: разрабатывать собственные дизайн-проекты	1.Контрольные вопросы на умения продумывать персонажа бренда и делать с ним эффективную рекламную компанию
---	--

Описание шкалы оценивания:*Оценка: зачтено**Описание характеристики выполнения знания:**Оценка: не зачтено**Описание характеристики выполнения знания:***КМ-8. Брендбук****Формы реализации:** Выполнение задания**Тип контрольного мероприятия:** Домашнее задание**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Подготовка домашнего задания "Брендбук".**Краткое содержание задания:**

Брендбук

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: разрабатывать собственные дизайн-проекты	1.Контрольные вопросы на умения сделать многостраничный брендбук.
---	---

Описание шкалы оценивания:*Оценка: зачтено**Описание характеристики выполнения знания:**Оценка: не зачтено**Описание характеристики выполнения знания:*

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ»
		Кафедра РСИЛ
		Дисциплина «Проектирование фирменного стиля»
		ГПИ
БИЛЕТ №1		
1. Визуальные константы фирменного стиля;		
2. История развития фирменного стиля Основные виды элементов фирменного стиля;		
Лектор потока Ассистент каф. РСИЛ Николаева Д.А.		

Процедура проведения

Зачет выставляется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости

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.

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ»
		Кафедра РСИЛ
		Дисциплина «Проектирование фирменного стиля»
		ГПИ
БИЛЕТ №2		
1. Подбор и анализ 5-ти фирменных стилей, философий брендов;		
Лектор потока Ассистент каф. РСИЛ Николаева Д.А.		

2.

характерный дизайн, брендинг и использование товарных знаков. Корпоративная идентичность выражается в атрибутах корпоративного стиля.

Верный ответ: Корпоративная идентификация — внешний образ предприятия в глазах общественности, заказчиков и сотрудников. Она обеспечивается различными средствами, включая характерный дизайн, брендинг и использование товарных знаков. Корпоративная идентичность выражается в атрибутах корпоративного стиля.

2. Что такое логотип?

Ответы:

Логотип — графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме.

Верный ответ: Логотип — графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме.

3. Что такое товарный знак?

Ответы:

Товарный знак — обозначение, цель которого обеспечить различие между товарами или услугами разных предприятий. Товарный знак представляет собой охраняемое право интеллектуальной собственности.

Верный ответ: Товарный знак — обозначение, цель которого обеспечить различие между товарами или услугами разных предприятий. Товарный знак представляет собой охраняемое право интеллектуальной собственности.

4. Что такое паттерн?

Ответы:

Паттерн — схема-образ, действующая как посредствующее представление, или чувственное понятие, благодаря которому в режиме одновременности восприятия и мышления выявляются закономерности, как они существуют в природе и обществе.

Паттерн понимается в этом плане как повторяющийся шаблон или образец.

Верный ответ: Паттерн — схема-образ, действующая как посредствующее представление, или чувственное понятие, благодаря которому в режиме одновременности восприятия и мышления выявляются закономерности, как они существуют в природе и обществе. Паттерн понимается в этом плане как повторяющийся шаблон или образец.

5. Что такое айдентика?

Ответы:

Айдентика — набор выдержанных в едином стиле и концепции визуальных и прочих элементов, которые формируют образ и восприятие бренда.

Верный ответ: Айдентика — набор выдержанных в едином стиле и концепции визуальных и прочих элементов, которые формируют образ и восприятие бренда.

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.

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

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

[illegible]

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

1.

[illegible]

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой
--------------	--	---------------------------

		2022 г.
		НИУ «МЭИ»
		Кафедра РСИЛ
		Дисциплина «Проектирование фирменного стиля»
		ГПИ
БИЛЕТ №3		
1. Создание лендинга;		
Лектор потока		
Ассистент каф. РСИЛ Николаева Д.А.		

3.

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой
		2022 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСИЛ
		Дисциплина «Проектирование фирменного стиля» ГПИ
БИЛЕТ №4		
1. Продумать 5 маскотов;		
Лектор потока Ассистент каф. РСИЛ Николаева Д.А.		

4.

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждаю Зав кафедрой 2022 г.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСИЛ
		Дисциплина «Проектирование фирменного стиля»
		ГПИ
БИЛЕТ №5		
1. Брендбук;		
Лектор потока Ассистент каф. РСИЛ Николаева Д.А.		

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что такое гайдлайн?

Ответы:

Гайдлайн – это **руководство, в котором описываются правила использования фирменного стиля**. В нем указываются правила нанесения логотипа и использования

фирменного стиля. Разработка фирменного стиля компании редко когда обходится без создания гайдлайна.

Верный ответ: Гайдлайн – это руководство, в котором описываются правила использования фирменного стиля. В нем указываются правила нанесения логотипа и использования фирменного стиля. Разработка фирменного стиля компании редко когда обходится без создания гайдлайна.

2. Что такое брендбук?

Ответы:

Книга-путеводитель бренда или брендбук — официальный документ компании, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, позиционирование компании и другие данные, которыми руководствуется отдел маркетинга и руководители бизнеса для построения коммуникации с потребителями и развития компании

Верный ответ: Книга-путеводитель бренда или брендбук — официальный документ компании, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, позиционирование компании и другие данные, которыми руководствуется отдел маркетинга и руководители бизнеса для построения коммуникации с потребителями и развития компании

3. Что такое POS-материалы?

Ответы:

POS-материалы — это материалы, способствующие продвижению бренда или товара в местах продаж. POS-материалы служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров. POS-материалы являются примером BTL-рекламы. Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции.

Верный ответ: POS-материалы — это материалы, способствующие продвижению бренда или товара в местах продаж. POS-материалы служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров. POS-материалы являются примером BTL-рекламы. Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции.

4. Что такое точка контакта?

Ответы:

Термин известного маркетинголога Игоря Манна. Это многочисленные и разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией. Каждый раз, когда клиент любым способом, в любое время контактирует с компанией, возникает точка контакта.

Верный ответ: Термин известного маркетинголога Игоря Манна. Это многочисленные и разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией. Каждый раз, когда клиент любым способом, в любое время контактирует с компанией, возникает точка контакта.

5. Что обозначает термин SKU?

Ответы:

Это один тип товара. Расшифровка аббревиатуры — stock keeping unit. Например, йогурт с черникой — SKU номер раз, йогурт с клубникой — SKU номер два, йогурт с персиком — SKU номер три

Верный ответ: Это один тип товара. Расшифровка аббревиатуры — stock keeping unit. Например, йогурт с черникой — SKU номер раз, йогурт с клубникой — SKU номер два, йогурт с персиком — SKU номер три

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

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

Оценка: 4

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

Оценка: 3

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

Оценка: 2

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.