

**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: Медиа коммуникации и дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Цифровой медиапроект**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaL-6e52162c

И.Л. Телегина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

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

С.Н.
Курилов

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. РПК-2 Способен к анализу конкурентной среды и получению информации при изучении потребностей современного рынка

ИД-1 Знает потребности рынка и использует полученные знания для проведения маркетинговых исследований

ИД-2 Анализирует причины и условия изменения конкурентной среды

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Выполнение задания

1. Аудиовизуальный и видео-контент как элемент цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
2. Инфографика как часть цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
3. История мультимедиа (Домашнее задание)
4. Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
5. Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание)
6. Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
7. Специфика работы над цифровым медиапроектом (Домашнее задание)
8. Экспорт проекта (Домашнее задание)

БРС дисциплины

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 История мультимедиа (Домашнее задание)
- КМ-2 Специфика работы над цифровым медиапроектом (Домашнее задание)
- КМ-3 Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
- КМ-4 Подбор цветовых пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %			
	Индекс	КМ-	КМ-	КМ-

	КМ:	1	2	3	4
	Срок КМ:	4	8	12	16
История мультимедиа					
Основные понятия и концепции мультимедиа	+				
Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта	+				
Специфика работы над цифровым медиапроектом					
Мониторинг рынка цифровых медиапроектов		+			
Постановка творческих задач, распределение обязанностей в команде		+			
Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта					
Разработка деловой документации - бланк, конверт, приглашение, визитная карточка. Примеры презентаций разработанных в общей стилистике фирмы. Электронная документация и виды её оформления.			+		
Работа с мультимедийным контентом			+		
Цветовая гамма в фирменном стиле. Разработка единого цветового и монохромного решения для фирменного стиля. Эргономика.					
Разработка основных элементов фирменного стиля - фирменный цвет.					+
Текст как элемент цифрового медиапроекта					+
Вес КМ:		25	25	25	25

8 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
- КМ-2 Инфографика как часть цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
- КМ-3 Аудиовизуальный и видео-контент как элемент цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
- КМ-4 Экспорт проекта (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках цифрового медиапроекта					
Фотоиллюстрации как элемент цифрового медиапроекта	+				

Основы работы с фоторедакторами	+			
Инфографика как часть цифрового медиапроекта				
Разработка сайта. Разработка лендинга. Примеры web продуктов и их основные функции.		+		
Интерактивные иллюстрации как часть цифрового медиапроекта		+		
Аудиовизуальный и видео-контент как элемент цифрового медиапроекта				
Аудиоконтент как элемент цифрового медиапроекта			+	
Веб -дизайн как неотъемлемая часть цифрового медиапроекта			+	
Экспорт проекта				
Драматургия цифрового медиапроекта: линейное и нелинейное восприятие информации в сети				+
Предпоказ финального проекта				+
Вес КМ:	25	25	25	25

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
РПК-2	ИД-1 _{РПК-2} Знает потребности рынка и использует полученные знания для проведения маркетинговых исследований	Знать: современные медиа теории, затрагивающие особенности цифрового проекта в современной коммуникационной системе и определяющие его место в ней Уметь: применить полученные знания для самостоятельного создания цифрового медиапроекта при необходимости работать в команде и распределять обязанности в рамках рабочей группы планировать ход работы над проектом	КМ-1 История мультимедиа (Домашнее задание) КМ-4 Подбор цветowych пар для фирменного стиля. Анализ значения и функции цветов (Домашнее задание) КМ-5 Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках цифрового медиапроекта (Домашнее задание) КМ-6 Инфографика как часть цифрового медиапроекта (Домашнее задание)
РПК-2	ИД-2 _{РПК-2} Анализирует причины и условия изменения конкурентной среды	Знать: основные жанры и форматы медиапроектов, базовые принципы работы с основными инструментами создания	КМ-2 Специфика работы над цифровым медиапроектом (Домашнее задание) КМ-3 Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта (Домашнее задание) КМ-7 Аудиовизуальный и видео-контент как элемент цифрового медиапроекта (Домашнее задание)

		цифрового медиапроекта, а также главные функции, которые они выполняют основные понятия, определения и концепции, связанные с созданием цифрового медиапродукта Уметь: грамотно выбирать тему для цифрового медиапроекта использовать современные технические средства для создания аудиовизуального контента и интерактивных элементов	КМ-8 Экспорт проекта (Домашнее задание)
--	--	--	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

7 семестр

КМ-1. История мультимедиа

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: современные медиа теории, затрагивающие особенности цифрового проекта в современной коммуникационной системе и определяющие его место в ней	1.Контрольные вопросы на знания констант фирменного стиля.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Специфика работы над цифровым медиапроектом

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: основные жанры и форматы медиапроектов, базовые принципы работы с основными инструментами создания цифрового медиапроекта, а также главные функции, которые они выполняют	1.Контрольные вопросы на знания отличий логотипа от графики.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: основные понятия, определения и концепции, связанные с созданием цифрового медиапродукта	1.Контрольные вопросы на знания основных этапов про создании визитки.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: планировать ход работы над проектом	1.Контрольные вопросы на умения подобрать оптимальное цветовое сочетание для фирменного стиля компании.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

8 семестр

КМ-1. Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках цифрового медиапроекта

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: при необходимости работать в команде и распределять обязанности в рамках рабочей группы	1.Контрольные вопросы на умения выстроить эффективную рекламу.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Инфографика как часть цифрового медиапроекта

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применить полученные знания для самостоятельного создания цифрового медиапроекта	1.Контрольные вопросы на умения использую готовые блоки выстроить лендинг для социальных сетей или на сайт.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Аудиовизуальный и видео-контент контент как элемент цифрового медиапроекта

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: грамотно выбирать тему для цифрового медиапроекта	1.Контрольные вопросы на умения продумывать персонажа бренда и делать с ним эффективную рекламную компанию

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Экспорт проекта

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:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: использовать современные технические средства для создания аудиовизуального контента и интерактивных элементов	1.Контрольные вопросы на умения сделать многостраничный брендбук.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что такое фирменный стиль?

Ответы:

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.

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.

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2РПК-2 Анализирует причины и условия изменения конкурентной среды

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 №3		
1. Разработка логотипа и фирменного знака;		
Лектор потока Ассистент каф. РСИЛ Николаева Д.А.		

Материалы для проверки остаточных знаний

1. 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.

2. 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.

3. 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: 5 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

По совокупности.

8 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. Разработка логотипа и фирменного знака;	
Лектор потока	Ассистент каф. РСиЛ Николаева Д.А.

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1рпк-2 Знает потребности рынка и использует полученные знания для проведения маркетинговых исследований

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.

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 («отлично»)

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 («хорошо»)

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 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

По совокупности.