

Кафедра

Дизайн

Б1.В.ДВ.04.02

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА)

Учебная дисциплина	<i>Графический дизайн и реклама</i>
По направлению подготовки	<i>54.03.01 Дизайн</i>
Профиль (программа бакалавриата)	<i>Графический дизайн</i>
Форма обучения	<i>Очная</i>

Оценочные материалы (средства) дисциплины
рассмотрены (актуализированы) и утверждены
на заседании кафедры дизайна

Протокол заседания № 10 от «08» июня 2026 г.

Заведующий кафедрой Вишневская Елена Владимировна

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы (средства) сформированы в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации 13.08.2020 №1015, (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г.) и учебного плана направления подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн» (программа бакалавриата).

В соответствии с матрицей компетенций основной профессиональной образовательной программы «Графический дизайн» в процессе обучения по дисциплине «Графический дизайн и реклама» происходит формирование закрепленных за дисциплиной компетенций обучающихся. Оценка сформированности компетенций на каждом этапе обучения происходит через оценку планируемых результатов обучения по дисциплине (знаний, умений, навыков).

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этапы формирования компетенции (семестры, темы)	Оценочные средства
ПК-1 Способен составлять проектное задание на разработку дизайн-проекта, обосновывать свои проектные предложения	ПК-1.2 Обосновывает проектные предложения на разработку объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать - приемы анализа в рекламе и выявления требований выполнения дизайн-проекта; Уметь - анализировать приемы и современные стили, применяемые в рекламных технологиях и составлять требования к решению задач проектирования Владеть - способностью выбирать оптимальные решения для проектирования на основе анализа и синтеза современного визуального языка; - приемами сочетания в дизайн-разработке абстрактного мышления и графического решения в формировании визуального послания.	Тема 1. Представление о сфере рекламы. Технологии организации, размещение и проведение рекламы. Планы и стратегии маркетинга и рекламы Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации	Устный опрос доклад-эссе
ПК-3 Способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта	ПК-3.2. Осуществляет обоснование методов проектирования авторского объекта визуальной информации, идентификации	Знать -методы художественно проектирования объекта визуальной информации Уметь - составлять требования к решению задач проектирования; - разрабатывать набор возможных решений задачи при выполнении дизайн-проекта.	Тема 1. Представление о сфере рекламы. Технологии организации, размещение и проведение рекламы. Планы и стратегии	Устный опрос доклад-эссе проверка выполненных заданий

	и и коммуникации для дальнейшего изготовления, в том числе с использованием цифровых технологий	- обосновывать принятое решение Владеть - навыками художественно-технических приёмов при создании дизайн – проекта, технические навыки проектирования, опыт макетирования и выбора средств композиционного построения и моделирования из различных материалов; способность выбирать оптимальные решения для проектирования.	маркетинга и рекламы Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений	
ПК-4. Способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики	ПК-4.1 Применяет методы и формы контроля соблюдения технологической цепочки воплощения творческого замысла дизайн-проекта	Знать -Типовые этапы и сроки проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности Уметь -Применять методы технического, технологического и художественного контроля соблюдения технологической цепочки разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеть -Навыками определения методов и форм контроля соблюдения технологической цепочки, разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ по воплощению дизайн-проекта, визуального эффекта в компьютерной графике в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.	Устный опрос и проверка выполненных заданий

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Список вопросов для проведения устных опросов

№	Наименование вопроса	Тема №
1	Расскажите о роли рекламы в организации сбыта товаров?	1

2	Какое влияние оказывает реклама на торговлю и экономику?	1
3	Какое воздействие оказывает современная реклама за счет появления печати и фотографий?	1
4	Расскажите о первых рекламных агентствах?	1
5	Что представляет собой реклама с точки зрения макроэкономики?	1
6	Через какие государственные структуры происходит регулирование рекламы?	1
7	Чем занимаются рекламные отделы фирм?	1
8	Какова роль рекламных агентств в сфере бизнеса?	1
9	Какие факторы оказывают влияние на взаимоотношения между клиентом и фирмой?	1, 3
10	Как происходит определение сегмента рынка, выбор его места и размера?	3
11	Перечислите и расскажите о комплексе маркетинга в рекламе?	1, 3
12	Что влияет на характер принятия решения потребителем?	2, 3
13	Как понимание поведения потребителя помогает создавать эффективную рекламу?	3
14	Расскажите об основных этапах исследования сбыта в рекламе?	1
15	Перечислите терминологию рекламных текстов и расскажите о каждом из них?	2
16	Расскажите о визуальных средствах рекламы?	4
17	Какова технология и планирование печатного производства?	2
18	Расскажите о технологии производства телевизионной рекламы?	2
19	Расскажите о технологии производства радиорекламы?	2
20	Какова роль газет в комплексе рекламного творчества?	2
21	Каковы преимущества и недостатки телеэфира в рекламе?	2
22	Перечислите и расскажите о почтовых и наружных средствах распространения рекламы?	2
23	Какую роль играют ярмарки и выставки в продвижении рекламы?	1, 2
24	Каковы особенности корпоративной рекламы?	1, 2
25	Какие формы и средства используются для связи с общественностью?	1, 3
26	Расскажите о типах некоммерческой рекламы?	1
27	Эффективность и конкурентоспособность рекламного бизнеса.	1
28	Бриф. Работа дизайнера с брифом.	2, 4
29	Концептуальное понимание товара в рекламе.	4
30	Модель жизненного цикла рекламы.	1, 2
31	Концепция представления товара.	1, 4
32	Дизайнерское отображение свойств товара в рекламе через его атрибуты	1, 4
33	Внимание потребителя и структура рекламного объявления	2, 3

34	Тизерная реклама.	1, 2
35	Реализация идентичности бренда	1, 4
36	Обоснование реального бюджета рекламной кампании.	2
37	Методы формирования рекламного бюджета. Их плюсы и минусы.	2
38	Приемы создания осведомленности о марке	1, 2
39	Технологии формирования отношения к марке.	1, 2
40	Разработка творческих идей при наличии высокововлеченной целевой аудитории.	3, 4

Критерии оценивания устного опроса:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он ответил развернуто на один из заданных вопросов, активно дополнял ответы других студентов или задавал им дополнительные вопросы;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он ответил развернуто на один из заданных вопросов или ответил кратко на ряд вопросов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он кратко ответил на один из задаваемых вопросов или просто дополнял ответы других студентов, задавал им дополнительные вопросы;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не смог ответить правильно на заданный вопрос, либо не отвечал на вопросы и не участвовал в их обсуждении.

Список тем для подготовки докладов-эссе

№	Наименование задания	Тема №
1	Правовое регулирование рекламной деятельности.	1
2	Целевая аудитория и целевое поведение.	1
3	Типы целевых аудиторий.	1
4	Принцип бильярдного шара в рекламе.	2
5	Нейро-лингвистическое программирование.	2
6	Реклама, стимулирование сбыта и стратегический маркетинг.	1
7	Маркетинговые цели рекламной кампании.	1
8	Механизмы воздействия и убеждения в рекламном ролике.	2
9	Вербальная и визуальная репрезентация гендера в рекламе.	2
10	Творческий процесс. Этапы управления творческим процессом.	2
11	Виды обращений на основе творческой стратегии. «Жесткая» и «мягкая» продажи.	2
12	Демонстративная символика сообществ.	2

13	Составляющие творческой стратегии.	2
14	Творческая идея. Теория случайностей.	2
15	Современные тенденции в наружной рекламе.	1
16	Теория РАМ–проводника творческой идеи.	2
17	Разработка творческих идей: осведомленность о марке.	2
18	Современные тенденции в рекламе.	1
19	Советы профессионального рекламиста Огилви дизайнерам.	1
20	Виды рекламных роликов.	2
21	Сценарий рекламного ролика.	2
22	Основные инстинкты в ролике.	2

Общие требования к докладу-эссе

1. Доклад полностью раскрывает тему.
2. Структура доклада логично выстроена.
3. Сопровождающая доклад презентация выполнена в соответствии с требованиями и дополняет доклад.
4. Докладчик уложился в регламент.
5. Текст доклада оформлен в соответствии с требованиями.

Требования к структуре доклада-эссе

1. Название доклада
2. Актуальность, цели, задачи
3. Новизна
4. Мотивация
5. Основной текст доклада
6. Заключение
7. Использованная литература

Требования к презентации доклада-эссе

Основными принципами при составлении компьютерной презентации являются лаконичность, ясность, уместность, сдержанность, наглядность (подчеркивание ключевых моментов), запоминаемость (разумное использование ярких эффектов).

Основные требования к презентации.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- количество текста на слайде должно быть оптимально минимальным;

- не рекомендуется применять анимацию (только в крайнем случае); динамическая анимация эффективна тогда, когда в процессе выступления происходит логическая трансформация существующей структуры в новую структуру;
- для управления презентацией рекомендуется использовать интерактивные кнопки (вперед-назад), автоматический режим лучше избегать.

Рекомендуемая структура презентации.

1. Титульный слайд: Тема доклада, Ф.И.О. студента, направление подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль 3-D дизайн.
2. Актуальность, цели, задачи.
3. Новизна. Мотивация
4. Материалы основного содержания
5. Заключение

Рекомендации к выступлению по теме доклада-эссе.

Максимальное время выступления – 15 минут. Рекомендуемое время – 10 минут.

В тексте выступления необходимо обосновать актуальность темы, раскрыть проблемные места. Темп выступления должен быть достаточно быстрым («бодрым»), поскольку внимание аудитории удерживается не более 10–12 минут, и в то же время необходимо как можно полнее представить результаты работы.

В процессе доклада обучающийся демонстрирует презентацию на экране. Затем докладчику задаются вопросы, на которые он обязан дать полные и исчерпывающие ответы. Грамотные и уверенные ответы на вопросы позволяют определить самостоятельность разработки и профессиональный кругозор выступающего.

Критерии оценивания докладов-эссе и выступлений:

- оценка «*отлично*» выставляется студенту, если доклад полностью раскрывает тему, структура доклада логично выстроена, обучающийся хорошо ориентируется в материале и тексте доклада, в основном рассказывает (а не читает), отвечает на дополнительные вопросы; сопровождающая доклад презентация выполнена в соответствии с требованиями и дополняет доклад, докладчик уложился в регламент, текст доклада оформлен в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется студенту, если доклад в целом раскрывает тему, но остаются не освещенные стороны вопросы, не на все дополнительные вопросы обучающийся может дать ответ; структура доклада логично выстроена, текст доклада обучающийся, в основном рассказывает (а не читает); презентация выполнена в соответствии с требованиями, но есть ряд замечаний по ее оформлению, доклад и презентация дополняют друг друга, докладчик уложился в регламент;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если его доклад не раскрывает тему в достаточной мере, не отвечает на дополнительные вопросы; к оформлению доклада много замечаний; презентация выполнена не по требованиям, доклад дублирует презентацию, а не дополняет ее, студент не укладывается в регламент или наоборот;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если доклад отсутствует или доклад совсем не раскрывает тему, не оформлен по требованиям; отсутствует презентация или презентация не соответствует более половины требованиям.

Список типовых творческих практических заданий

№	Наименование задания	Тема №
1	Составление рекламных текстов. Рекламная стратегия. Художественное редактирование. Терминология и типология рекламных текстов.	2
2	Выявление, формирование и прогнозирование потребительских предпочтений. Используя методы сегментации и анализа потребительского рынка, методы изучения потребностей потребительского рынка, определить требования к объектам рекламы, рекламной продукции и рекламным услугам.	3
3	Дизайн-проект рекламного обращения в разных средах (в СМИ, в виртуальной среде, в городской среде). Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств. Принципы: лаконичность, обобщенность и унификация, акцент на основные смысловые элементы, автономность, структурность. стадийность, использование привычных ассоциаций и стереотипов.	4

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание текущего контроля выполнено в полном объеме и без ошибок
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он выполнил задание текущего контроля почти в полном объеме с несущественными ошибками
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил задание текущего контроля, но с существенными ошибками
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не выполнил задания текущего контроля

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Список вопросов для подготовки к экзамену:

- 1 Расскажите о роли рекламы в организации сбыта товаров?
- 2 Какое влияние оказывает реклама на торговлю и экономику?
- 3 Какое воздействие оказывает современная реклама за счет появления печати и фотографий?
- 4 Расскажите о первых рекламных агентствах?
- 5 Что представляет собой реклама с точки зрения макроэкономики?
- 6 Через какие государственные структуры происходит регулирование рекламы?
- 7 Чем занимаются рекламные отделы фирм?
- 8 Какова роль рекламных агентств в сфере бизнеса?
- 9 Какие факторы оказывают влияние на взаимоотношения между клиентом и фирмой?
- 10 Как происходит определение сегмента рынка, выбор его места и размера?
- 11 Перечислите и расскажите о комплексе маркетинга в рекламе?
- 12 Что влияет на характер принятия решения потребителем?
- 13 Как понимание поведения потребителя помогает создавать эффективную рекламу?
- 14 Расскажите об основных этапах исследования сбыта в рекламе?
- 15 Перечислите терминологию рекламных текстов и расскажите о каждом из них?
- 16 Расскажите о визуальных средствах рекламы?
- 17 Какова технология и планирование печатного производства?
- 18 Расскажите о технологии производства телевизионной рекламы?
- 19 Расскажите о технологии производства радиорекламы?
- 20 Какова роль газет в комплексе рекламного творчества?
- 21 Каковы преимущества и недостатки телеэфира в рекламе?
- 22 Перечислите и расскажите о почтовых и наружных средствах распространения рекламы?
- 23 Какую роль играют ярмарки и выставки в продвижении рекламы?
- 24 Каковы особенности корпоративной рекламы?
- 25 Какие формы и средства используются для связи с общественностью?
- 26 Расскажите о типах некоммерческой рекламы?
- 27 Эффективность и конкурентоспособность рекламного бизнеса.
- 28 Бриф. Работа дизайнера с брифом.
- 29 Концептуальное понимание товара в рекламе.
- 30 Модель жизненного цикла рекламы.

- 31 Концепция представления товара.
- 32 Дизайнерское отображение свойств товара в рекламе через его атрибуты
- 33 Внимание потребителя и структура рекламного объявления
- 34 Тизерная реклама.
- 35 Реализация идентичности бренда
- 36 Обоснование реального бюджета рекламной кампании.
- 37 Методы формирования рекламного бюджета. Их плюсы и минусы.
- 38 Приемы создания осведомленности о марке
- 39 Технологии формирования отношения к марке.
- 40 Разработка творческих идей при наличии высокововлеченной целевой аудитории.

Компетенция ПК-1 Способен составлять проектное задание на разработку дизайн-проекта, обосновывать свои проектные предложения

Индикатор ПК-1.2 Обосновывает проектные предложения на разработку объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Обучающийся знает: приемы анализа в рекламе и выявления требований выполнения дизайн-проекта;

Компетенция ПК-3 Способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта

Индикатор ПК-3.2. Осуществляет обоснование методов проектирования авторского объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации для дальнейшего изготовления, в том числе с использованием цифровых технологий

Обучающийся знает: методы художественно проектирования объекта визуальной информации

Компетенция ПК-4. Способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики

Индикатор ПК-4.1 Применяет методы и формы контроля соблюдения технологической цепочки воплощения творческого замысла дизайн-проекта

Обучающийся знает: Типовые этапы и сроки проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выступления с докладом, по результатам его участия в устных опросах по темам:

1. Представление о сфере рекламы. Технологии организации, размещение и проведение рекламы. Планы и стратегии маркетинга и рекламы,
2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации,

3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений,
4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков; по результатам ответа на теоретический вопрос экзаменационного билета.

ОЦЕНКА УМЕНИЙ и НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Практическое итоговое задание на экзамене - просмотр всего состава работ - практических заданий, в том числе итогового практического задания, выполненных в ходе подготовки к экзамену и прохождения текущего контроля.

Компетенция ПК-1 Способен составлять проектное задание на разработку дизайн-проекта, обосновывать свои проектные предложения

Индикатор ПК-1.2 Обосновывает проектные предложения на разработку объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Обучающийся умеет: анализировать приемы и современные стили, применяемые в рекламных технологиях и составлять требования к решению задач

Обучающийся владеет: способностью выбирать оптимальные решения для проектирования на основе анализа и синтеза современного визуального языка;
- приемами сочетания в дизайн-разработке абстрактного мышления и графического решения в формировании визуального послания.

Компетенция ПК-3 Способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта

Индикатор ПК-3.2. Осуществляет обоснование методов проектирования авторского объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации для дальнейшего изготовления, в том числе с использованием цифровых технологий

Обучающийся умеет: составлять требования к решению задач проектирования;
разрабатывать набор возможных решений задачи при выполнении дизайн-проекта.
обосновывать принятое решение

Обучающийся владеет: навыками художественно-технических приёмов при создании дизайн – проекта, технические навыки проектирования, опыт макетирования и выбора средств композиционного построения и моделирования из различных материалов; способность выбирать оптимальные решения для проектирования.

Компетенция ПК-4. Способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики

Индикатор ПК-4.1 Применяет методы и формы контроля соблюдения технологической цепочки воплощения творческого замысла дизайн-проекта

Обучающийся умеет: Применять методы технического, технологического и художественного контроля соблюдения технологической цепочки разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Обучающийся владеет: Навыками определения методов и форм контроля соблюдения технологической цепочки, разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ по воплощению дизайн-проекта, визуального эффекта в компьютерной графике в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения практических работ по темам:

Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации

Составление рекламных текстов. Рекламная стратегия. Художественное редактирование. Терминология и типология рекламных текстов.

Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений

Выявление, формирование и прогнозирование потребительских предпочтений.

Используя методы сегментации и анализа потребительского рынка, методы изучения потребностей потребительского рынка, определить требования к объектам рекламы, рекламной продукции и рекламным услугам.

Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Дизайн-проект рекламного обращения в разных средах (в СМИ, в виртуальной среде, в городской среде). Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Использование выразительных и художественно-изобразительных средств. Принципы: лаконичность, обобщенность и унификация, акцент на основные смысловые элементы, автономность, структурность. стадийность, использование привычных ассоциаций и стереотипов.

ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Экзаменационный билет состоит из одного теоретического вопроса и одного практического задания:

Тольяттинская академия управления	Дисциплина Графический дизайн и реклама
Вариант 1	

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Каковы особенности корпоративной рекламы?2. Просмотр всего состава работ - практических заданий, в том числе итогового практического задания, выполненных в ходе подготовки к экзамену и прохождения текущего контроля. |
|---|

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины учебным планом предусмотрен **экзамен** в соответствии с учебным планом, который проводится в форме письменного ответа на вопрос и выполнения практического итогового задания (просмотра творческих заданий). При выставлении итоговой оценки за дисциплину необходимо учитывать результаты оценивания текущего контроля и критерии оценивания сформированности компетенций.

Письменный ответ на вопрос: вопросы к экзамену представлены в п.3.

Просмотр всего состава работ – практических заданий, в том числе итогового практического задания, выполненных в ходе подготовки к экзамену и прохождения текущего контроля. Результаты выполнения практических заданий, представляемые обучающимися на просмотр:

Тема 2. Организация, изготовление и производство различных видов рекламной продукции. Реклама в средствах массовой информации

Составление рекламных текстов. Рекламная стратегия. Художественное редактирование. Терминология и типология рекламных текстов.

Тема 3. Методы изучения потребностей в формировании и прогнозировании потребительских предпочтений

Выявление, формирование и прогнозирование потребительских предпочтений.

Используя методы сегментации и анализа потребительского рынка, методы изучения потребностей потребительского рынка, определить требования к объектам рекламы, рекламной продукции и рекламным услугам.

Тема 4. Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Дизайн-проект рекламного обращения в разных средах (в СМИ, в виртуальной среде, в городской среде). Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Использование выразительных и художественно-изобразительных средств. Принципы: лаконичность, обобщенность и унификация, акцент на основные смысловые элементы, автономность, структурность. стадийность, использование привычных ассоциаций и стереотипов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
Компетенция ПК-1 Способен составлять проектное задание на разработку дизайн-проекта, обосновывать свои проектные предложения Индикатор ПК-1.2 Обосновывает проектные предложения на разработку объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации					
Знать - приемы анализа в рекламе и выявления требований выполнения дизайн-проекта;	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь: - моделировать рекламный графический дизайн в городской среде с применением полученных знаний в области компьютерных технологий, а также профессиональной дизайнерской работе;	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения	Успешно сформированные, самостоятельные и осознанно выполняемые умения
Владеть - способностью выбирать оптимальные решения для проектирования на основе анализа и синтеза современного визуального языка; - приемами сочетания в дизайн-разработке абстрактного мышления и графического решения в формировании визуального послания	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки	В целом сформированные, но выполняемые на элементарном уровне навыки	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно выполняемые навыки
Компетенция ПК-3 Способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта Индикатор ПК-3.2. Осуществляет обоснование методов проектирования авторского объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации для дальнейшего изготовления, в том числе с использованием цифровых технологий					
Знать - методы художественно проектирования объекта визуальной информации	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь - составлять требования к решению задач	Не умеет	Частично освоенные	В целом освоенные,	В целом сформированные	Успешно сформированные

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
проектирования; - разрабатывать набор возможных решений задачи при выполнении дизайн- проекта. - обосновывать принятое решение		умения	но не подкрепляе мые знаниями и самостоятел ьностью выполнения умения	нные и самостоятел ьно выполняемы е, но не всегда интеллектуа льно обоснованн ые умения	нные, самостоятел ьно и осознанно выполняемы е умения
Владеть - навыками художественно-технических приёмов при создании дизайн – проекта, технические навыки проектирования, опыт макетирования и выбора средств композиционного построения и моделирования из различных материалов; способность выбирать оптимальные решения для проектирования.	Не владеет	Фрагмента рно сформиров анные навыки	В целом сформирова нные, но выполняем ые на элементарно м уровне навыки	Сформирова нные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки	Успешно сформирова нные, устойчивые, технологиче ски грамотно выполняемы е навыки
Компетенция ПК-4. Способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики Индикатор ПК-4.1 Применяет методы и формы контроля соблюдения технологической цепочки воплощения творческого замысла дизайн-проекта					
- знать Типовые этапы и сроки проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации различной сложности	Не знает	Фрагмента рные знания	Общие, но не структуриро ванные знания	Сформирова нные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформирова нные систематизи рованные прочные знания
- уметь Применять методы технического, технологического и художественного контроля соблюдения технологической цепочки разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляе мые знаниями и самостоятел ьностью выполнения умения	В целом сформирова нные и самостоятел ьно выполняемы е, но не всегда интеллектуа льно обоснованн ые умения	Успешно сформирова нные, самостоятел ьно и осознанно выполняемы е умения
- владеть Навыками определения методов и форм контроля соблюдения технологической цепочки, разработки творческого замысла и сроков реализации этапов работ по воплощению дизайн-проекта, визуального эффекта в компьютерной графике в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Не владеет	Фрагмента рно сформиров анные навыки	В целом сформирова нные, но выполняем ые на элементарно м уровне навыки	Сформирова нные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки	Успешно сформирова нные, устойчивые, технологиче ски грамотно выполняемы е навыки

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент продемонстрировал критическое и разностороннее рассмотрение предложенного проектного задания, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источником. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Развернутый полный ответ на вопрос.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он выполнил задание в необходимой полноте и с требуемым качеством в соответствии с заданием. Имеются отдельные незначительные ошибки. Полный ответ на вопрос

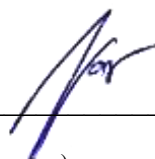
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил задание полностью, но в работе есть отдельные, многочисленными существенные ошибки, либо качество представления работы низкое. Не полный с неточностями ответ на вопрос

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если студент продемонстрировал отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, содержание работы полностью не соответствует заданию. Ответ не точный, с ошибками, в ответе много неточностей.

5. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

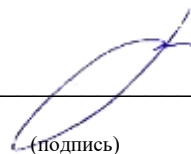
Составил:

Н.С. Карпенко, доцент


(подпись)

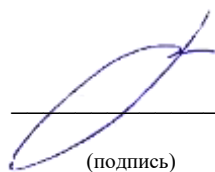
Заведующий кафедрой

Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент


(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент


(подпись)

Директор БИК

О.В. Балакина


(подпись)

Начальник ООУП

С.В. Фирсова


(подпись)