

Б1.В.ДВ.06.02

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА)

Учебная дисциплина

Технологии дизайна. Брендинг

По направлению подготовки

54.03.01 «Дизайн»

Профиль (программа
бакалавриата)

Графический дизайн

Форма обучения

Очная

Оценочные материалы (средства) дисциплины
рассмотрены (актуализированы) и утверждены
на заседании кафедры «Дизайн»

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

Заведующий кафедрой Вишневская Елена Владимировна

2024

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» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2020 г. N 1015 (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г.).

В соответствии с матрицей компетенций основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки «Графический дизайн» в процессе обучения по дисциплине «Технологии дизайна. Брендинг» 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 и темы)	Оценочное средство
ПК-3 способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта	ПК-3.2 осуществляет обоснование методов проектирования и изготовления авторского проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: - требования к графическим редакторам для проектирования компьютерной графики; Уметь: - определять развитие информационных технологий с точки зрения актуальности и значимости для практической деятельности; - определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач Владеть: - навыками работы в современных графических редакторах для создания и реализации проектов компьютерной графики.	Семестр 8 Тема 1. Сущность брендинга и изменение его роли в современных организациях. Торговая марка и бренд: общее и отличия	Устный опрос по теме 1 Проверка выполненных практических заданий по теме 1
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: технологии создания проекта интерфейса; -программное обеспечение для моделирования визуальных эффектов в компьютерной графике; Уметь: - применять инструментарий специализированного программного обеспечения, используемый для разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике; Владеть: - навыками использования программного обеспечения для разработки художественно-технического решения в процессе	Семестр 8 Тема 2. Архитектура бренда. Стратегия и коммуникации в бренд-менеджменте	Устный опрос по теме 2 Проверка выполненных практических заданий по теме 2

		создания визуальных эффектов в компьютерной графике		
	ПК-4.2 Обеспечивает координацию процессами разработки художественно-технологических решений в процессе создания объектов дизайна	Знать: - производственные этапы создания визуальных эффектов в компьютерной графике; - основы создания и корректировки рендера, композиции Уметь: - анализировать тенденции развития современных информационных технологий; - выбирать и обосновывать способы оптимизации работ в рамках отдельных этапов технологической цепочки производства визуальных эффектов в компьютерной графике; Владеть: - навыками разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике	Семестр 8 Тема 3. Общее представление о составляющих бренда. Алгоритм проектирования бренда	Устный опрос по теме 3 Проверка выполненных практических заданий по теме 3
ПК-5 Способен внедрять новые технологические решения в процессы разработки дизайн-проекта	ПК-5.1 Применяет современные технологии в процессе разработки дизайн-проекта	Знать: - требования к современным графическим редакторам для реализации и создания документации по дизайн-проектам; Уметь: - определять актуальность и значимость цифровых технологий для практической деятельности; - определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач; Владеть: - навыками работы в современных цифровых и мобильных технологиях	Семестр 8 Тема 4. Основные цели брендинга и стадии его развития. Коммуникационная платформа бренда	Устный опрос по теме 4 Проверка выполненных практических заданий по теме 4

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

Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Дайте определение бренда
2. Дайте определение бренд-менеджмента
3. Дайте определение брендинга
4. Что такое «Уникальное торговое предложение» (UTP)?
5. Что такое «Эмоциональное торговое предложение» (ESP)?

6. Что такое «Мое торговое предложение мне» («MSP») ?
7. Какие основные этапы истории развития бренд-менеджмента?
8. Какие основные положения теории бренд-лояльности покупателей?
9. Что такое идентичность бренда (BrandIdentity) ?
10. Что такое позиционирование бренда (BrandPosition) ?
11. Что такое стоимость бренда (BrandValue) ?
12. Что такое степень известности бренда (BrandAwareness) ?
13. Что такое бриф и какова их типовая структура?
14. Какие базовые элементы бренд-стиля вы знаете?
15. Что такое товарный бренд-нэйм?
16. Перечислите классификацию товарных знаков.
17. Что такое рекламный бренд-слоган?
18. Чем рекламный слоган отличается от фирменного девиза.
19. Какие стратегии формирования бренд-стиля Вы знаете.
20. Перечислите элементы классификации основных констант бренд-стиля.
21. Перечислите элементы классификации основных элементов бренд-вёрстки.
22. Перечислите элементы классификации вспомогательных констант бренд-стиля.
23. Что такое видение бренда?
24. Что такое миссия бренда?
25. Что такое позиционирование бренда?
26. Что такое бренд-бук?
27. Опишите общую классификацию брендинг-процессов и процедур брендинг-процессов.
28. Стратегии и методы управления брендинг-процессами.
29. Дайте общую характеристику бренд-символов
30. Каким образом бренды способствуют капитализации и увеличению стоимости компании?
31. Приведите примеры позиции, УТП и культивируемого имиджа известных брендов.
32. В чем отличие идеи бренда от его идеологии?
33. Каковы основные задачи и этапы планирования рекламно-коммуникационной компании?
34. Какие факторы заставляют вас обратить внимание на ту или иную рекламу при обилии рекламных предложений?
35. Какие факторы предопределили бурное развитие брендинга?
36. В чем преимущество диалоговых отношений между производителем и потребителем?
37. Какова роль рекламы в современном брендинге?

38. Какие роли в брендинге выполняет стимулирование сбыта?
39. Приведите примеры видов, средств, форм и методов маркетинговых коммуникаций.
40. Какие роли в брендинге выполняет директ-маркетинг?
41. В чем проявляется символическая сущность потребления?
42. Приведите примеры мифологизации в продвижении известных брендов.
43. У всех ли потребителей рекламной информации определенный цвет или сочетание цветов вызывают запрограммированные ассоциации?
44. Где граница между марочным и немарочным товаром?
45. Почему в брендинге необходимы инновационные решения?

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.

Перечень типовых практических заданий

1. Практическое задание: Сформировать обоснование выбора маркетинговой направленности бренда.

- Разместить информацию общего характера о самой компании, её ценностях, идее, которую она продвигает.
- Упомянуть круг лиц, причастных к разработке корпоративного стиля.
- Пояснить, как те или иные элементы стиля будут выстраиваться при работе с потребителями, партнерами и сотрудниками компании.

Цель: Исследовать факторы выбора маркетинговой направленности брендинга.

Результат выполнения практического задания: Первый раздел брендбука - Обоснование выбора маркетинговой направленности бренда.

2. Практическое задание: Разработать составляющие атрибутики и стилистики бренда:

- Разработать основные положения построения и применения визуального ряда бренда
- Прописать фирменные цвета, элементы, по которым вашу компанию будут идентифицировать (узнавать).

Цель: Освоить базовые принципы построения графической идентичности бренда.

Результат выполнения практического задания: Второй раздел брендбука – Основные элементы атрибутики и стилистики бренда.

3. Практическое задание: Разработать основные требования к использованию графических элементов идентификации бренда на рекламных носителях:

- Описать общие принципы использования графических элементов идентификации бренда на рекламных носителях.

Цель: Освоить особенности работы над формированием правил использования графических элементов идентификации бренда.

Результат выполнения практического задания: Третий раздел брендбука – Основные требования к использованию графических элементов идентификации бренда.

4. Практическое итоговое задание: Разработка итоговой презентационной графики на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

Цель: Освоить принципы формирования итоговой презентационной графики.

Результат выполнения практического итогового задания: Планшет. Итоговая презентационная графика на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

Критерии оценивания практических заданий

- 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

Самостоятельная работа обучающихся

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала, изучение дополнительного теоретического материала, подготовки к практическим занятиям, в том числе итогового творческого задания, подготовки к промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Проверка результатов выполнения практических заданий осуществляется во время часов, выделенных на контроль самостоятельной работы обучающихся (КСР).

Список заданий для самостоятельной работы.

Тема 1. Сущность брендинга и изменение его роли в современных организациях.
Торговая марка и бренд: общее и отличия

1. Задание для самостоятельной работы: Создать пирамиду бренда по заданному образцу.

Цель: Закрепить понятие факторов выбора маркетинговой направленности брендинга.

Результат выполнения практического задания: Первый раздел брендбука – Обоснование выбора маркетинговой направленности бренда.

Тема 2. Архитектура бренда.
Стратегия и коммуникации в бренд-менеджменте

2. Задание для самостоятельной работы: Разработать составляющие атрибуты и стилистики бренда:

Цель: Закрепить базовые принципы построения графической идентичности бренда.

Результат выполнения практического задания: Второй раздел брендбука – Основные элементы атрибуты и стилистики бренда.

Тема 3. Общее представление о составляющих бренда.
Алгоритм проектирования бренда

3. Задание для самостоятельной работы: Разработать бриф к разработке брендбука.

Цель: Закрепить особенности работы над формированием правил использования графических элементов идентификации бренда.

Результат выполнения практического задания: Третий раздел брендбука – Основные требования к использованию графических элементов идентификации бренда.

Тема 4. Основные цели брендинга и стадии его развития.

Коммуникационная

платформа бренда

4. Задание для самостоятельной работы: Разработка итоговой презентационной графики на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

Цель: Закрепить принципы формирования итоговой презентационной графики.

Результат выполнения итогового практического задания: Планшет. Итоговая презентационная графика на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

ЭКЗАМЕН – 8 СЕМЕСТР

Список вопросов для проведения экзамена:

5. Дайте определение бренда
6. Дайте определение бренд-менеджмента
7. Дайте определение брендинга
8. Что такое «Уникальное торговое предложение» (UTP)?
9. Что такое «Эмоциональное торговое предложение» (ESP)?
10. Что такое «Мое торговое предложение мне» («MSP») ?
11. Какие основные этапы истории развития бренд-менеджмента?
12. Какие основные положения теории бренд-лояльности покупателей?
13. Что такое идентичность бренда (BrandIdentity) ?
14. Что такое позиционирование бренда (BrandPosition) ?
15. Что такое стоимость бренда (BrandValue) ?
16. Что такое степень известности бренда (BrandAwareness) ?
17. Что такое бриф и какова их типовая структура?
18. Какие базовые элементы бренд-стиля вы знаете?
19. Что такое товарный бренд-нэйм?
20. Перечислите классификацию товарных знаков.
21. Что такое рекламный бренд-слоган?

22. Чем рекламный слоган отличается от фирменного девиза.
23. Какие стратегии формирования бренд-стиля Вы знаете.
24. Перечислите элементы классификации основных констант бренд-стиля.
25. Перечислите элементы классификации основных элементов бренд-вёрстки.
26. Перечислите элементы классификации вспомогательных констант бренд-стиля.
27. Что такое видение бренда?
28. Что такое миссия бренда?
29. Что такое позиционирование бренда?
30. Что такое бренд-бук?
31. Опишите общую классификацию брендинг-процессов и процедур брендинг-процессов.
32. Стратегии и методы управления брендинг-процессами.
33. Дайте общую характеристику бренд-символов
 34. Каким образом бренды способствуют капитализации и увеличению стоимости компании?
 35. Приведите примеры позиции, УТП и культивируемого имиджа известных брендов.
 36. В чем отличие идеи бренда от его идеологии?
 37. Каковы основные задачи и этапы планирования рекламно-коммуникационной компании?
 38. Какие факторы заставляют вас обратить внимание на ту или иную рекламу при обилии рекламных предложений?
 39. Какие факторы предопределили бурное развитие брендинга?
 40. В чем преимущество диалоговых отношений между производителем и потребителем?
 41. Какова роль рекламы в современном брендинге?
 42. Какие роли в брендинге выполняет стимулирование сбыта?
 43. Приведите примеры видов, средств, форм и методов маркетинговых коммуникаций.
 44. Какие роли в брендинге выполняет директ-маркетинг?
 45. В чем проявляется символическая сущность потребления?
 46. Приведите примеры мифологизации в продвижении известных брендов.
 47. У всех ли потребителей рекламной информации определенный цвет или сочетание цветов вызывают запрограммированные ассоциации?
 48. Где граница между марочным и немарочным товаром?
 49. Почему в брендинге необходимы инновационные решения?

Компетенция ПК-3

способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта

Индикатор ПК-3.2

осуществляет обоснование методов проектирования и изготовления авторского проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации

Обучающийся знает:

- требования к графическим редакторам для проектирования компьютерной графики;

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам его участия в устных опросах по теме 1 Сущность брендинга и изменение его роли в современных организациях. Торговая марка и бренд: общее и отличия ; по результатам ответа на теоретический вопрос экзаменационного билета.

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:

- технологии создания проекта интерфейса;
- программное обеспечение для моделирования визуальных эффектов в компьютерной графике

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам его участия в устных опросах по теме 2 Архитектура бренда.

Стратегия и коммуникации в бренд-менеджменте; по результатам ответа на теоретический вопрос экзаменационного билета.

Компетенция ПК-4

способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики

Индикатор ПК- 4.2.

обеспечивает координацию процессами разработки художественно-технологических решений в процессе создания объектов дизайна

Обучающийся знает:

- производственные этапы создания визуальных эффектов в компьютерной графике;
- основы создания и корректировки рендера, композиции;

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам его участия в устных опросах по теме 3 Общее представление о составляющих бренда. Алгоритм проектирования бренда ; по результатам ответа на теоретический вопрос экзаменационного билета.

Компетенция ПК-5

Способен внедрять новые технологические решения в процессы разработки дизайн-проектов

Индикатор ПК - 5.1

применяет современные технологии в процессах разработки дизайн-проекта

Обучающийся знает:

- требования к современным графическим редакторам для реализации и создания документации по дизайн-проектам;

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам его участия в устных опросах по теме 4 Основные цели брендинга и стадии его развития. Коммуникационная

платформа бренда ; по результатам ответа на теоретический вопрос экзаменационного билета.

ОЦЕНКА УМЕНИЙ и НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Практическое 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-3

способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта

Индикатор ПК-3.2

осуществляет обоснование методов проектирования и изготовления авторского проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации

Обучающийся умеет:

- определять развитие информационных технологий с точки зрения актуальности и значимости для практической деятельности;
- определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач;

Обучающийся владеет:

- навыками работы в современных графических редакторах для создания и реализации проектов компьютерной графики.

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения заданий по теме 1 Сущность брендинга и изменение его роли в современных организациях. Торговая марка и бренд: общее и отличия»; по результатам выполнения практического задания экзаменационного билета.

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 инструментарий специализированного программного обеспечения, используемый для разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике;

Обучающийся владеет:

- навыками использования программного обеспечения для разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения заданий по теме 2 Архитектура бренда. Стратегия и коммуникации в бренд-менеджменте»; по результатам выполнения практического задания экзаменационного билета.

Компетенция ПК-4

способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики

Индикатор ПК- 4.2.

обеспечивает координацию процессами разработки художественно-технологических решений в процессе создания объектов дизайна

Обучающийся умеет:

- выбирать и обосновывать способы оптимизации работ в рамках отдельных этапов технологической цепочки производства визуальных эффектов в компьютерной графике;

Обучающийся владеет:

- навыками разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения заданий по теме 3 Общее представление о составляющих бренда. Алгоритм проектирования бренда»; по результатам выполнения практического задания экзаменационного билета.

Компетенция ПК-5

Способен внедрять новые технологические решения в процессы разработки дизайн-проектов

Индикатор ПК - 5.1

применяет современные технологии в процессах разработки дизайн-проекта

Обучающийся умеет:

- определять актуальность и значимость цифровых технологий для практической деятельности;
- определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач;

Обучающийся владеет:

- навыками работы в современных цифровых и мобильных технологиях

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения заданий по теме 4 Основные цели брендинга и стадии его развития. Коммуникационная платформа бренда»; по результатам выполнения практического задания экзаменационного билета.

ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

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

Тольяттинская академия управления	Дисциплина Технологии дизайна. Брендинг
Вариант 1	
1. Что такое идентичность бренда?	
2. Просмотр всех выполненных заданий (просмотр всего состава практических работ, в том числе итогового практического задания, выполненных в ходе подготовке к экзамену и прохождения текущего контроля.)	

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

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация.

Для оценки результатов обучения по дисциплине учебным планом предусмотрен экзамен, который проводится в форме письменного ответа на вопрос и просмотра всех выполненных заданий (просмотра всего состава работ – практических заданий, в том числе итогового практического задания, выполненных в ходе подготовке к экзамену и прохождения текущего контроля).

При выставлении итоговой оценки за дисциплину необходимо учитывать результаты

текущего контроля и критерии оценивания сформированности компетенций.

Письменный ответ на вопрос: вопросы к экзамену представлены в п.3 и сформулированы в экзаменационном билете

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:

1. Практическое задание: Сформировать обоснование выбора маркетинговой направленности бренда.

- Разместить информацию общего характера о самой компании, её ценностях, идее, которую она продвигает.

- Упомянуть круг лиц, причастных к разработке корпоративного стиля.

- Пояснить, как те или иные элементы стиля будут выстраиваться при работе с потребителями, партнерами и сотрудниками компании.

2. Практическое задание: Разработать составляющие атрибуты и стилистики бренда:

- Разработать основные положения построения и применения визуального ряда бренда

- Прописать фирменные цвета, элементы, по которым вашу компанию будут идентифицировать (узнавать).

3. Практическое задание: Разработать основные требования к использованию графических элементов идентификации бренда на рекламных носителях:

- Описать общие принципы использования графических элементов идентификации бренда на рекламных носителях.

4. Практическое итоговое задание: Разработка итоговой презентационной графики на тему «Разработка брендбука на заданную тему».

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
Компетенция ПК-3 способен осуществлять выбор показателей для разработки и изготовления авторского проекта Индикатор ПК-3.2 осуществляет обоснование методов проектирования и изготовления авторского проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации					
Знать: - требования к графическим редакторам для проектирования компьютерной графики;	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь: - определять развитие информационных технологий с точки зрения актуальности и значимости для практической деятельности;	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельно выполнению умения	В целом сформированные и самостоятельные выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные	Успешно сформированные, самостоятельные и осознанно выполняемые умения

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
- определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач;				умения	
Владеть: - навыками работы в современных графических редакторах для создания и реализации проектов компьютерной графики.	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, технологические и грамотно выполняемые 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: - технологии создания проекта интерфейса; -программное обеспечение для моделирования визуальных эффектов в компьютерной графике;	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь: - применять инструментальный специализированный программного обеспечения, используемый для разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике;	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельно выполняемыми умениями	В целом сформированные и самостоятельные выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения	Успешно сформированные, самостоятельные и осознанно выполняемые умения
Владеть: - навыками использования программного обеспечения для разработки художественно-	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, технологические и грамотно выполняемые

технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике					навыки
Компетенция ПК-4 способен управлять процессами разработки дизайн-проекта на основе новых достижений информационных технологий и компьютерной графики Индикатор ПК- 4.2. обеспечивает координацию процессами разработки художественно-технологических решений в процессе создания объектов дизайна					
Знать: - производственные этапы создания визуальных эффектов в компьютерной графике; - основы создания и корректировки рендера, композиции;	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь: - выбирать и обосновывать способы оптимизации работ в рамках отдельных этапов технологической цепочки производства визуальных эффектов в компьютерной графике;	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельно выполнением умения	В целом сформированные и самостоятельные выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения	Успешно сформированные, самостоятельные и осознанно выполняемые умения
Владеть: - навыками разработки художественно-технического решения в процессе создания визуальных эффектов в компьютерной графике	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, технологические и грамотно выполняемые навыки
Компетенция ПК-5 Способен внедрять новые технологические решения в процессы разработки дизайн-проектов Индикатор ПК - 5.1 применяет современные технологии в процессах разработки дизайн-проекта					
Знать: - требования к современным графическим редакторам для реализации и создания документации по дизайн-проектам;	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь: - определять актуальность и значимость	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляемые	В целом сформированные и самостоятельные	Успешно сформированные, самостоятельные

цифровых технологий для практической деятельности; - определять перспективные графические редакторы для изучения и использования их для решения профессиональных задач;			знаниями и самостоятельно стью выполнения умения	но выполняемые , но не всегда интеллектуально обоснованные умения	о и осознанно выполняемые умения
Владеть: - навыками работы в современных цифровых и мобильных технологиях	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

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. Успешно сформированы умения и навыки. Развернутый полный ответ на теоретический вопрос, что свидетельствует о формировании запланированных компетенций в освоении теоретического материала дисциплины – сформированы систематизированные прочные знания.

- оценка *«хорошо»* выставляется студенту, если он выполнил задание в необходимой полноте и с требуемым качеством в соответствии с заданием. Имеются отдельные незначительные ошибки. В целом сформированы и самостоятельно выполняемы, но не всегда интеллектуально обоснованы умения. Сформированы, но неустойчивы в сложных ситуациях навыки. Полный ответ на теоретический вопрос.

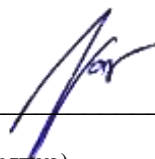
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется студенту, если он выполнил задание полностью, но в работе есть отдельные, многочисленные или существенные ошибки, либо качество представления работы низкое. В целом освоены умения, но не подкреплены знаниями и самостоятельностью выполнения; фрагментарно сформированные навыки. Неполный, 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, либо содержание работы полностью не соответствует заданию. Ответ неполный, с ошибками, в ответе допущено много неточностей. Что свидетельствует о формировании запланированных компетенций в освоении теоретического материала дисциплины – не знает, не умеет, не владеет.

5. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

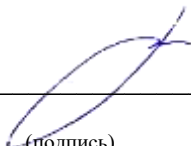
Н.С. Карпенко, доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой

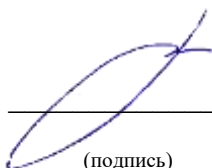
Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент



(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент



(подпись)

Директор БИК

О.В. Балакина



(подпись)

Начальник ООУП

С.В. Фирсова



(подпись)