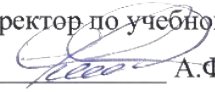


Кафедра

дизайн

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 А.Ф.Финк

28.05.2016



Б1.В.01

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА)

Учебная дисциплина	<i>Технологии визуализации в рекламе и связях с общественностью</i>
По направлению подготовки	<i>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</i>
Профиль (программа бакалавриата)	<i>«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»</i>
Форма обучения	<i>Очно-заочная</i>

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

Протокол заседания № 9 от «18» мая 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 «42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 и учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль (программа бакалавриата), в соответствии с матрицей компетенций основной профессиональной образовательной программы ««Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»» в процессе обучения по дисциплине «Технологии визуализации в рекламе и связях с общественностью» 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)	Индикатор	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этапы формирования компетенции (семестры, темы)	Оценочные средства
ПК-1 Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.2. Использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	Знать: - визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере PR и рекламы - этапы процесса рекламного дизайна Уметь: - использовать технологии визуализации при создании коммуникационного продукта; - применять при подготовке рекламы основные технологии визуализации в онлайн и офлайн среде Владеть: - навыками разработки технологии производства рекламных и PR-продуктов; - навыками выбора оптимального соотношения визуальных и вербальных	Тема 1. Визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере PR и рекламы. Средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.	Устный опрос -повторение пройденного материала, - изучение дополнительного теоретического материала - выполнение докладов-эссе
			Тема 2. Этапы дизайн-проектирования печатных СМИ.	- результаты самостоятельной работы — практические работы по теме 2 -проверка выполненных практических заданий
			Тема 3. Принципы создания дизайн-макета печатного СМИ.	- результаты самостоятельной работы — практические работы по теме 3 -проверка выполненных практических заданий

		элементов в рекламе	Тема 4. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара. Основные технологии визуализации в онлайн и офлайн среде	- изучение теоретического материала по теме 4 - результаты самостоятельной работы – практические работы по теме 4 - проверка выполненных практических заданий
--	--	---------------------	--	--

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

Средство оценки результатов обучения – устный опрос

Перечень типовых вопросов для подготовки к устному опросу

1. Средства офлайн коммуникаций приемы
2. Методы офлайн коммуникаций
3. Средства онлайн коммуникаций
4. Методы онлайн коммуникаций
5. Взаимосвязь текста и изображения в рекламе.
6. Технологии визуализации в электронных средствах массовой информации.
7. Планирование и выбор средств технологии визуализации в наружных средствах массовой информации, в рекламе и связях с общественностью.

Критерии оценивая 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.

Средство оценки результатов обучения - эссе

Список тем для подготовки эссе:

- 1.Использование креативных решений путем композиционных вариаций
- 2.Обоснование разработки креативного рекламного продукта
- 3.Составляющие концепции креативной рекламы
- 4.Использование креативных методов в рекламе
- 5.Обоснование выбора оптимального соотношения визуальных и вербальных элементов в рекламе
- 6.Особенности технологии визуализации в печатных СМИ
7. Визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере PR
8. Визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере рекламы
- 9.Последовательность разработка дизайн-концепции продукта в сфере PR и рекламы
- 10.Взаимосвязь текста и изображения в продуктах PR и рекламы

Общие требования к эссе:

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

Требования к структуре эссе;

1. Название эссе;
2. Актуальность, цели, задачи;
3. Новизна;
4. Мотивация;
5. Основной текст эссе;
6. Заключение;

7. Использованная литература.

Требования к презентации 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 эссе, Ф.И.О. студента, направление подготовки " ____", профиль " ____".
2. Актуальность, цели, задачи.
3. Новизна. Мотивация
4. Материалы основного содержания
5. Заключение

Рекомендации к выступлению по теме 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 эссе 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 оценивая эссе:

- оценка *«отлично»* выставляется студенту, если доклад полностью раскрывает тему, структура эссе логично выстроена, обучающийся хорошо ориентируется в материале и тексте доклада, в основном рассказывает (а не читает), отвечает на дополнительные вопросы; сопровождающая эссе презентация выполнена в соответствии с требованиями и дополняет доклад, докладчик уложился в регламент, текст эссе оформлен в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется студенту, если эссе в целом раскрывает тему, но остаются не освещенные стороны вопросы, не на все дополнительные вопросы обучающийся может дать ответ; структура эссе логично выстроена, текст эссе обучающийся, в основном рассказывает (а не читает); презентация выполнена в соответствии с требованиями, но есть ряд замечаний по ее оформлению, эссе и презентация дополняют друг друга, докладчик уложился в регламент;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется студенту, если его эссе не раскрывает тему в достаточной мере, не отвечает на дополнительные вопросы; к оформлению эссе много замечаний; презентация выполнена не по требованиям, эссе дублирует презентацию, а не дополняет ее, студент не укладывается в регламент или наоборот;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется студенту, если эссе отсутствует или доклад совсем не раскрывает тему, не оформлен по требованиям; отсутствует презентация или презентация не соответствует более половины требованиям.

Средство оценки результатов обучения – практическое задание

Перечень типовых тем практических заданий

Тема 2. Этапы дизайн-проектирования печатных СМИ.

Практическое задание: Разработка серии изделий полиграфической продукции. Листовка.

Цель: Использование в рекламной деятельности выразительных и художественно-изобразительных средств.

Задача: Пройти этапы проектирования продукции полиграфии (листовки).

Результат практического задания:

Серия изделий полиграфической продукции (листовка). Макеты выполняются в графическом редакторе.

Тема 3. Композиционная организация газеты, журнала.

Практическое задание: Электронное макетирование печатной продукции (газеты, журнала).

Печатный процесс.

Цель: Генерация и воплощение рекламных идей в систему художественно-пластических образов, символов, знаков.

Задача: Электронное макетирование печатной продукции с учетом печатных свойств проектных материалов и особенностей процесса получения изображения.

Результат практического задания:

Разработка изделия полиграфической продукции (газета, журнал). Макеты выполняются в графическом редакторе.

Тема 4. Создание и проработка модульной сетки, дизайн-концепции и рубрикации издания.

Практическое задание: Разработка изделия полиграфической продукции.

Цель: Принципы и приемы разработки макета разворота журнального издания на основе композиционных приемов.

Задача: Выполнить композицию разворота журнала.

Результат практического задания:

Разворот макета журнала. Макеты выполняются в графическом редакторе.

Критерии оценивая 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

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

ЭКЗАМЕН - 5 СЕМЕСТР

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Изобразительно-смысловое решение с использованием технологии визуализации в офлайн
2. Выбор оптимального соотношения визуальных и вербальных элементов в рекламе
3. Визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере PR
4. Визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере рекламы
5. Дизайнерское отображение свойств товара в рекламе через его атрибуты
7. Визуальные средства рекламы
8. Этапы подготовки печатных рекламных носителей к печатному производству
9. Почтовые и наружные средства распространения рекламы
10. Реализация идентичности бренда
11. Разработка творческих идей для целевой аудитории
12. Виды периодических печатных средств массовой информации и основные характеристики технологии визуализации - газета
13. Виды периодических печатных средств массовой информации и основные характеристики технологии визуализации - журнал
14. Особенности композиционной организации газетной полосы в проектировании и верстке газеты.
15. Особенности композиционной организации верстки журнала.
16. Тенденции и направления в иллюстрировании печатного СМИ.
17. Модульная сетка печатного издания
18. Особенности композиционной организации разворота журнального издания
19. Особенности разработки рекламного конверта
20. Особенности разработки рекламного буклета
21. Особенности разработки рекламного календаря
22. Особенности разработки сопроводительной рекламной сувенирной продукции
24. Особенности композиционной организации разворота журнального издания и верстки журнала.
25. Тенденции и направления в иллюстрировании печатного СМИ.

26. Модульная сетка печатного издания.
27. Композиционные приемы организация полос газеты, журнала.
28. Разновидности модульной сетки
29. Разновидности дизайн-концепции издания
30. Разновидности рубрикации издания.
31. Принципы разработки макета разворота журнального издания на основе композиционных приемов.
32. Приемы разработки макета разворота журнального издания на основе композиционных приемов.
33. Стили макета
34. Особенности технологии визуализации в печатных СМИ
35. Периодические российские печатные издания (обзор аналогов технологии визуализации)
36. Периодические зарубежные печатные издания обзор аналогов технологии визуализации
37. Этапы дизайн-проектирования печатных СМИ
38. Виды графических решений в рекламных роликах.
39. Взаимосвязь дизайна и сценария рекламного ролика.
40. Механизмы воздействия и убеждения в рекламном ролике с помощью инструментов дизайна.
41. Последовательность разработка дизайн-концепции продукта в сфере PR и рекламы
42. Рекламные формулы и инструменты дизайна.
43. Взаимосвязь текста и изображения в продуктах PR и рекламы
44. Демонстративная символика в рекламе.

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Компетенция ПК-1 Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Индикатор ПК-1.2. Использует основные технологии копирайтинга в онлайн и оффлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью

Обучающийся знает: визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере PR и рекламы; этапы процесса рекламного дизайна.

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам его участия в устных опросах по теме 1.

ОЦЕНКА УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Компетенция ПК-1 Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Индикатор ПК-1.2. Использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью

Обучающийся умеет: использовать технологии визуализации при создании коммуникационного продукта; применять при подготовке рекламы основные технологии визуализации в онлайн и офлайн среде

Обучающийся владеет: навыками разработки технологии производства рекламных и PR-продуктов; навыками выбора оптимального соотношения визуальных и вербальных элементов в рекламе

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

Тема 2. Этапы дизайн-проектирования печатных СМИ.

Тема 3. Принципы создания дизайн-макета печатного СМИ.

Тема 4. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара. Основные технологии визуализации в онлайн и офлайн среде

ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

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

Тольяттинская академия управления	Дисциплина <i>Технологии визуализации в рекламе и связях с общественностью</i>
Вариант 1	
1. Понятие печатного процесса полиграфического производства. 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. Отдельного занятия для проведения экзамена учебным планом не предусмотрено. Экзамен проводится в форме письменного ответа на вопрос и просмотра всех выполненных практических заданий (всего состава практических заданий, в том числе итогового практического задания, выполненных в текущем контроле и подготовке к экзамену). В ходе промежуточной аттестации (экзамен) перевод результатов работы обучающихся (результатов текущего контроля) в систему оценки знаний осуществляется с ориентацией на 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.

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 Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций Индикатор ПК-1.2. Использует основные технологии копирайтинга в онлайн и оффлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью					
Знать: - визуальные инфокоммуникационные технологии в сфере PR и рекламы - этапы процесса рекламного дизайна	Не знает	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематизированные прочные знания
Уметь: - использовать технологии визуализации при создании	Не умеет	Частично освоенные умения	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
коммуникационного продукта; - применять при подготовке рекламы основные технологии визуализации в онлайн и офлайн среде			выполнения умения	интеллектуально обоснованные умения	
Владеть: - навыками разработки технологии производства рекламных и PR-продуктов; — навыками выбора оптимального соотношения визуальных и вербальных элементов в рекламе	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 ОЦЕНКИ 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:

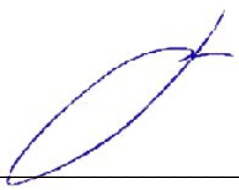
Н.С. Карпенко, доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой

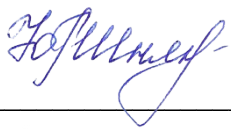
Е.В. Вишневская, к.п.н., доцент



(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент



(подпись)