

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета психологии

 Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Фонд оценочных средств по дисциплине

Дизайн в PR и рекламе

по направлению подготовки/специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Работа с социальными медиа»

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2023

Томск – 2023

Фонд оценочных средств (ФОС) является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины «Дизайн в PR и рекламе», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

1. Паспорт оценочных средств

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Работа с социальными медиа»

Семестр (семестры) изучения: 5 семестр

Форма (формы) текущего контроля: выполнение практических заданий к занятиям; подготовка докладов и электронных презентаций; выполнение дизайн-проекта.

Форма проведения промежуточной аттестации: экзамен

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по пятибалльной системе. При этом текущий контроль (выполнение заданий) осуществляется на основе десятибалльной системы. За каждое выполненное практическое задание студент получает оценку по 10-балльной шкале.

2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения

Наименование категории (групп) компетенций	Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)

<p>Обобщенная трудовая функция ОТФ-2. С. «Управление (менеджмент) информационными ресурсами». Уровень 6. «Организация работ по созданию и редактированию контента» (С/01.6). Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 629н</p>	<p>ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля</p>	<p>ИПК-3.2. Знает основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов.</p>	<p>РО - ИПК-3.2.1 Знает и может применить на практике основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов.</p>
---	--	--	--

<p>Обобщенная трудовая функция ОТФ-2. С. «Управление (менеджмент) информационными ресурсами». Уровень 6. «Управление информацией из различных источников» (С/02.6). Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 629н</p>	<p>ПК-4. Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.</p>	<p>ИПК-4.1. Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию</p> <p>ИПК-4.2. Способен использовать различные графические редакторы при решении задач профессиональной деятельности.</p> <p>ИПК-4.3. Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации.</p>	<p>РО - ИПК-4.1.1 Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию с помощью графических редакторов.</p> <p>РО-ИПК-4.2.1 Способен применять в профессиональной деятельности основы теории и методы графического дизайна;</p> <p>РО-ИПК-4.2.2 Владеет графическими инструментами создания брендинговых, рекламных и PR-материалов, а также демонстрирует навыки работы в графических редакторах для создания брендинговых, рекламных и PR-материалов;</p> <p>РО-ИПК-4.2.3 Способен с помощью графических редакторов создавать дизайн-проекты в профессиональной сфере с целью их дальнейшего размещения в пространстве новых медиа.</p> <p>РО-ИПК-4.3.1 Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в области дизайна в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации.</p>
--	--	--	---

3. Критерии оценивания результатов обучения

В качестве уровней сформированности компетенций обучающихся в результате освоения дисциплины выделяются следующие:

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
<p>ИПК-3.2. Знает основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов.</p>	<p>РО - ИПК-3.2.1 Знает и может применить на практике основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов.</p>	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отделочными ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
<p>ИПК-4.1. Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента:</p>	<p>РО - ИПК-4.1.1 Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию с помощью графических редакторов.</p>	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отделочными	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений

<p>текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию</p>				<p>ошибками демонстрация знания и умений</p>	<p>ий</p>
<p>ИПК-4.2. Способен использовать различные графические редакторы при решении задач профессиональной деятельности.</p>	<p>РО-ИПК-4.2.1 Способен применять в профессиональной деятельности основы теории и методы графического дизайна;</p> <p>РО-ИПК-4.2.2 Владеет графическими инструментами создания брендинговых, рекламных и PR-материалов, а также демонстрирует навыки работы в графических редакторах для создания брендинговых, рекламных и PR-материалов;</p> <p>РО-ИПК-4.2.3 Способен с помощью графических редакторов создавать дизайн-проекты в профессиональной сфере с целью их дальнейшего размещения в пространстве новых медиа.</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельным и ошибками демонстрация знания и умений</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умений</p>
<p>ИПК-4.3. Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации.</p>	<p>РО-ИПК-4.3.1 Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в области дизайна в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации.</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельным и ошибками демонстрация знания и умений</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умений</p>

				ий	
--	--	--	--	----	--

4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на лекционных и практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Дизайн и его роль в современном обществе.	<p>РО - ИПК-3.2.1 Знает и может применить на практике основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов.</p> <p>РО - ИПК-4.1.1 Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию с помощью графических редакторов.</p> <p>РО-ИПК-4.2.1 Способен применять в профессиональной деятельности основы теории и методы графического дизайна;</p> <p>РО-ИПК-4.2.2 Владеет графическими инструментами создания брендинговых, рекламных и PR-материалов, а также демонстрирует навыки работы в графических редакторах для создания брендинговых, рекламных и PR-материалов;</p> <p>РО-ИПК-4.2.3 Способен с помощью графических редакторов создавать дизайн-</p>	
2	Роль дизайна в сфере социальных коммуникаций.		Доклад и электронная презентация Практическое задание № 1
3	Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна: с Древнейших времен до Нового времени.		Доклад и электронная презентация Практическое задание № 2
4	Период протодизайна: с эпохи Нового времени до начала эпохи индустриализации.		Доклад и электронная презентация Практическое задание № 3
5	История дизайна как профессиональной деятельности.		Доклад и электронная презентация Практическое задание № 4
6	История становление отечественного дизайна.		Доклад и электронная презентация
7	Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне.		Доклад и электронная презентация Практическое задание № 5
8	Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне		Доклад и электронная презентация
9	Разработка фирменного стиля. Подбор цветов и шрифтов.		Дизайн-проект
10	Разработка фирменного		Дизайн-проект

	стиля. Проектирование логотипа.	проекты в профессиональной сфере с целью их дальнейшего размещения в пространстве новых медиа. РО-ИПК-4.3.1 Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в области дизайна в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации.	
11	Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях и почтовой рассылки.		Дизайн-проект
12	Разработка лендинга как цифровой носитель фирменного стиля и канала имиджевой коммуникации		Дизайн-проект
13	Итоговая аттестация по дисциплине		Вопросы к экзамену (см. п. 6.2.1. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Дизайн в PR и рекламе»)

4.1 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: практические задания к занятиям; доклады и электронные презентации; итоговый проект.

4.1.1 Типовые практические задания к занятиям.

4.1.1.1. Практическое задание № 1

Выберите понравившийся графический дизайн-проект / дизайн-продукт и определите его основные параметры:

- Объект (носитель) дизайна
- Субъект дизайна
- Целевую аудиторию

Ответьте на вопросы:

1. Согласован ли дизайн с фирменным стилем субъекта, для которого он создан?
2. Соответствует ли дизайн характеристикам целевой аудитории субъекта?
3. Есть ли необходимость в редизайне? Если да, то какие изменения вы внесли бы?

4.1.1.2. Практическое задание № 2

Найдите графический PR / рекламный / брендинговый дизайн-проект / дизайн-продукт, выполненный в одном из рассмотренных нами стилей (в античном стиле / романском стиле / барокко / рококо) и определите его основные параметры:

- Объект (носитель) дизайна
- Субъект дизайна
- Стиль дизайна
- Целевую аудиторию

Ответьте на вопросы:

1. Согласован ли стиль дизайнера со сферой деятельности субъекта, для которого он создан?
2. Согласован ли стиль дизайнера с фирменным стилем субъекта, для которого он создан?
3. Соответствует ли стиль дизайнера характеристикам целевой аудитории субъекта?
4. Есть ли необходимость в редизайне? Если да, то какие изменения вы внесли бы?

4.1.1.3. Практическое задание № 3

В проектных группах найдите и охарактеризуйте фирменный стиль (айдентику) государственных почтовых служб и операторов инфраструктуры сети железных дорог разных стран (одна группа — одно государство).

Ответьте на вопросы:

1. Какие фирменные цвета использованы? Как думаете, почему были выбраны именно эти фирменные цвета?
2. Какой образ (визуальная метафора*) лежит в основе логотипа?
3. Согласован ли фирменный стиль со сферой деятельности субъекта, для которого он создан?
4. Есть ли необходимость в редизайне? Если да, то какие изменения вы внесли бы?

4.1.1.4. Практическое задание № 4

Найдите и охарактеризуйте дизайн-проект / дизайн-продукт, который соответствует всем задачам дизайнера, обозначенным на конференции в начале XXI в. в Сеуле (перечень задач — см. в презентации).

4.1.1.5. Практическое задание № 5

В проектных группах (3-4 человека) разработайте объект графического дизайна (логотип, плакат, брошюру, упаковку, мерч и пр.) в стиле модерн, используя графические материалы / графические редакторы. Для этого:

1. выберите (разработайте) субъект, для которого, на ваш взгляд, подойдет дизайн в стиле модерн;
2. опишите концепцию данного субъекта и охарактеризуйте его ЦА;
3. представьте и обоснуйте собственное дизайнерское решение.

4.1.2 Типовые темы докладов и электронных презентаций:

1. Протодизайн в эпоху зарождения первых государств Египта и Шумер
2. Графика Античности и ее роль в становлении графического дизайна
3. Тиражная графика и графическая реклама Средневековья
4. Романский стиль в дизайне
5. Готический стиль в дизайне
6. Рококо и ампир в дизайне
7. Викторианский стиль в дизайне
8. Стримлайн в США
9. Американский графический дизайн (рекламная графика) начала XX века
10. Джозеф Кристиан Лейендекер и его влияние на рекламу и иллюстрации XX века
11. Эдвард Пенфилд как яркий представитель художников рекламы начала XX века
12. Японский графический дизайн XX века
13. Шведский Модерн, развитие органического дизайна в Скандинавии
14. Дизайн Великобритании 40-х годов XX века
15. Базельская школа графического дизайна

16. Радикальный дизайн. Антидизайн
17. Художественный китч
18. Дизайн и виртуальная реальность
19. Дизайн и экология
20. Лубочные традиции в графическом дизайне
21. Футуризм в графическом дизайне
22. История дизайна упаковки
23. Оформление революционных праздников
24. Предвоенный дизайн в СССР. Метро. Классические мотивы в предметном формообразовании
25. Послевоенный дизайн в СССР
26. Эль Лисицкий и его влияние на советский графический дизайн
27. Особенности современного графического дизайна
28. Тренды в графическом дизайне в 2021 году
29. Цифровой стиль («Digital art») в графическом дизайне
30. Ведущие графические дизайнеры современности и их проекты

4.1.3. Типовое описание дизайн-проекта

Итоговый дизайн-проект предполагает презентацию результатов работы студентов в течение семестра и включает в себя элементы, разработанные ими в рамках практической части курса. Итоговый дизайн-проект должен быть представлен в формате электронной презентации, выполненной в фирменном стиле выбранного ими субъекта.

Структура дизайн-проекта:

1. Описание компании / бренда (история создания, ценности, миссия, философия, позиционирование, специфика и др.);
2. Сегментация и характеристика целевой аудитории бренда/компании;
3. Описание и обоснование выбора фирменных цветов и шрифтов бренда / компании и др.;
4. Описание разработанного логотипа бренда/компании (с иллюстрациями всех версий и цветовых решений);
5. Описание концепции и демонстрация визуального оформления страниц бренда / компании в социальных сетях;
6. Описание концепции и демонстрация визуального оформления макета e-mail-рассылки субъекта;
7. Описание концепции и демонстрация созданного для субъекта лендинга.

5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Контактная работа и задания для самостоятельной работы*: • Выполнение	0-3,9 баллов (неудовлетворительно)	4,0-5,5 баллов (удовлетворительно)	6,0-7,5 баллов (хорошо)	8,0-10,0 баллов (отлично)

<p>практических заданий к занятиям.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка докладов и электронных презентаций. • Выполнение дизайн-проекта. 				
--	--	--	--	--

** Выполнение практических заданий к занятиям; подготовка докладов и электронных презентаций; выполнение дизайн-проекта осуществляются самостоятельно студентами, представляются ими на практических занятиях.*

5.1 Критерии оценивания выполнения практических заданий к занятиям; уровня подготовки докладов и электронных презентаций; выполнения дизайн-проекта.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен в пятом семестре проводится в устной форме.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая.

За каждое выполненное практическое задание студент получает оценку по 10-бальной шкале.

По итогам посещения лекционных и практических занятий, выполнения практических заданий обучающийся допускается к сдаче экзамена.

Итоговая оценка, выставляемая в зачетку и ведомость, складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам сдачи экзамена.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – 0,6
- итоговый балл, полученный за экзамен – 0,4

6.2 Типовые экзаменационные вопросы.

6.2.1. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Дизайн в PR и рекламе»

1. Определения дизайна. Сущность дизайна. Дизайн как феномен культуры XX века.
2. Роль дизайна в современном обществе. Основные функции дизайна
3. Роль дизайна в сфере социальных коммуникаций
4. Графический дизайн: основные виды и тренды
5. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна (общая характеристика).
6. Выдающиеся протодизайн - проекты
7. Комплексный подход в дизайне Петера Беренса
8. Особенности стилей «Оливетти» и «Braun»
9. БАУХАУЗ и его вклад в развитие мирового дизайна
10. Специфика становления отечественного дизайна
11. ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна
12. Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне
13. Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне
14. Главная задача дизайн-проекта и алгоритм его выполнения
15. Виды графических редакторов, используемых для работы с рекламными и PR-материалами (их возможности)
16. Алгоритм работы над созданием логотипа. Использование графических редакторов при создании логотипа
17. Алгоритм работы над шаблонами электронной презентации. Структура типичного шаблона презентации компании, бренда. Использование графических редакторов при создании электронной презентации
18. Основные виды корпоративной полиграфии и особенности их дизайна. Использование графических редакторов при создании полиграфической продукции
19. Разработка инфографики в графическом редакторе
20. Создание фирменного стиля бренда: алгоритм работы
21. Брендбук, логобук, руководство по фирменному стилю: общее и различное; структура.
22. Алгоритм подбора фирменных цветов и шрифтов бренда, компании
23. Сочетания цветов с использованием цветового круга Иттена
24. Физическая природа цвета, основные характеристики и свойства цвета в их взаимосвязи.
25. Проблемы стилеобразования в дизайн-проектировании.
26. Стилизация дизайн-проекта: задачи и алгоритм выполнения
27. Особенности создания рекламных и PR-материалов с учетом психологических особенностей визуального восприятия
28. Современный дизайн в России и в мире. Актуальные тренды в графическом дизайне
29. Вневременность дизайн-проекта. Устаревшие тренды в графическом дизайне
30. «Хороший» и «плохой» дизайн
31. Редизайн: суть и алгоритм работы
32. Дизайн и технологии массмедиа: работа с агрегаторами новостей, электронными рассылками и т.д.

6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
------------------------------	---------------------	-------------------	-----------------	---------------------

Ответы на вопросы к экзамену	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
------------------------------	---------------------	-------------------	--------	---------

6.4 Критерии оценки ответов на вопросы к экзамену.

Результаты сдачи экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии выставления оценки на основе сдачи экзамена по вопросам:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

ФОС составил(и):

Е. Н. Винокурова, ассистент кафедры социальных коммуникаций ТГУ.

ФОС одобрен на заседании УМК

Протокол от 20.06.2023