

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета психологии

 Д. Ю. Баланев

« 15 » 05 2024 г.

Оценочные материалы по дисциплине

Цифровой дизайн в брендинге

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

Цифровой бренд-менеджмент

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

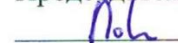
2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 М. А. Подойница

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ПК-2 Способен к разработке коммуникационной стратегии.

ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке).

ПК-6 Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК 1.3 Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.

ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).

ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).

ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).

ИПК 5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы

модернизации и продвижения сайта.

ИПК 5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.

ИПК 6.1 Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- практические задания;
- дизайн-проект.

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Роль дизайна в брендинге. Цифровой дизайн в брендинге.	ИОПК 1.3 Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.	<i>Практическое задание № 1:</i> На примере конкретного бренда продемонстрируйте взаимосвязь его фирменного стиля с другими элементами бренда

		ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности). ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов). ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности). ИПК 5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта. ИПК 5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для	(идентичностью, историей/легендой, ценностями, индивидуальностью и пр.) и характеристиками его целевой аудитории. Ответьте на вопросы: Согласован ли фирменный стиль с другими элементами бренда? Соответствует ли фирменный стиль характеристикам целевой аудитории? Есть ли необходимость в редизайне? Подготовьте презентацию.
2	Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна.		<i>Практическое задание № 2:</i> Найдите графический 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 дизайна со сферой деятельности субъекта, для которого он создан? 2. Согласован ли стиль дизайна с фирменным стилем субъекта, для которого он создан? 3. Соответствует ли стиль дизайна характеристикам целевой аудитории субъекта? 4. Есть ли необходимость в редизайне? Если да, то какие изменения вы внесли бы?
3	История дизайна как профессиональной деятельности.		-
4	История становление		<i>Практическое задание № 3:</i>

	отечественного дизайна.	печатных и электронных информационных ресурсов. ИПК 6.1 Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.	Найдите российский дизайн-проект в сфере брендинга, иллюстрирующий специфику отечественного дизайна. Ответьте на вопросы: 1. Какие фирменные цвета использованы? Как думаете, почему были выбраны именно эти фирменные цвета? Как они связаны с брендом и с культурной идентичностью России? 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?
5	Основные стили дизайна и их применение в брендинге.		<i>Практическое задание № 4:</i> Разработайте объект графического дизайна (логотип, плакат, брошюру, упаковку, мерч и пр.) в стиле модерн для бренда, используя графические материалы / графические редакторы. Для этого: 1. выберите (разработайте) бренд, для которого, на ваш взгляд, подойдет дизайн в стиле модерн; 2. опишите концепцию данного бренда и охарактеризуйте его ЦА; 3. представьте и обоснуйте собственное дизайнерское решение.
6	Разработка фирменного стиля бренда. Подбор цветов и шрифтов.		<i>Дизайн-проект:</i> 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
7	Разработка фирменного стиля бренда. Проектирование логотипа.		
8	Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных		

	сетях.		стиле выбранного ими субъекта. Структура дизайн-проекта: 1. Описание концепции бренда (идентичность, ценности, миссия, философия, позиционирование, специфика и др.); 2. Сегментация и характеристика целевой аудитории бренда; 3. Описание и обоснование выбора фирменных цветов и шрифтов бренда; 4. Описание разработанного логотипа бренда (с иллюстрациями всех версий и цветовых решений); 5. Описание концепции и демонстрация визуального оформления страниц бренда в социальных сетях; 6. Описание концепции и демонстрация созданного для бренда лендинга.
9	Разработка лендинга как элемента цифрового дизайна в брендинге.		
10	Итоговая аттестация по дисциплине		Вопросы к зачету

Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Практические задания; дизайн-проект.	0-2 балла (неудовлетворительно)	3-4 балла (удовлетворительно)	5-7 баллов (хорошо)	8-10 баллов (отлично)

Критерии оценивания выполнения практических заданий и 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.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Оценка за курс складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам зачета. Отметка «зачтено» выставляется при условии, что итоговая оценка студента – не менее 4 баллов.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – баллы, полученные за задания и умноженные на 0,6 (макс. 6)

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на зачете – балл от 1 до 10 (где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично), умноженный на 0,4.

Максимальный совокупный балл, который может получить студент за работу в семестре и успешно пройденную промежуточную аттестацию – 10 баллов.

Зачет во втором семестре проводится в устной форме в формате собеседования по предложенным вопросам. Продолжительность зачета 1,5 часа. Студент допускается к сдаче зачета при условии выполнения / сдачи практических заданий текущего контроля.

Вопросы к зачету:

1. Определения дизайна. Сущность дизайна. Дизайн как феномен культуры XX века.
2. Роль дизайна в современном обществе. Основные функции дизайна.
3. Роль дизайна в брендинге.
4. Графический дизайн: основные виды и тренды.
5. Цифровой дизайн как разновидность графического дизайна. Визуальные атрибуты бренда.
6. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна (общая характеристика). Влияние периода протодизайна на современный дизайн в брендинге.
7. Особенности фирменного стиля «Оливетти» и Braun.
8. БАУХАУЗ и его вклад в развитие мирового дизайна.
9. Специфика становления отечественного дизайна. ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна. Тенденции современного российского дизайна в отечественном брендинге.
10. Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне.
11. Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне.
12. Проблемы стилиобразования в дизайн-проектировании. Применение основных стилей дизайна в брендинге.
13. Главная задача дизайн-проекта и алгоритм его выполнения.
14. Создание фирменного стиля бренда: алгоритм работы.
15. Специфика подбора фирменных цветов и шрифтов при разработке визуальных атрибутов бренда.
16. Алгоритм работы над созданием логотипа. Использование графических редакторов и сервисов ГИИ при создании логотипа.

17. Брендбук, логобук, руководство по фирменному стилю: общее и различное; структура.
18. Особенности создания коммуникационных материалов с учетом психологических особенностей визуального восприятия.
19. Современный дизайн в России и в мире. Актуальные тренды в цифровом дизайне.
20. Вневременность дизайн-проекта. Устаревшие тренды в графическом дизайне брендов.
21. «Хороший» и «плохой» дизайн.
22. Редизайн: суть и алгоритм работы.

Критерии оценивания результатов итоговой аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Ответы на вопросы зачета в формате собеседования	Не зачтено	Зачтено		

Критерии выставления оценки на основе сдачи зачета в формате собеседования:

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.

Соответствие компетентностной структуре дисциплины:

№	Номер вопроса к зачету	Код и наименование результатов обучения
1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22.	РО-ИУК 6.1 РО-ИУК 6.2 РО-ИОПК 1.1 РО-ИОПК 1.2 РО-ИОПК 1.3 РО-ИПК 2.1 РО-ИПК 2.2 РО-ИПК 2.3 РО-ИПК 6.1 РО-ИПК 6.2 РО-ИПК 6.3

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Тест (ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 6.1).

Инструкция: Выберите один правильный ответ на каждый вопрос.

1. Что такое дизайн?
 - a) Искусство создания архитектурных объектов
 - b) Процесс создания чертежей механических деталей
 - c) Проектирование, предусматривающее сочетание функциональности и эстетики
 - d) Процесс написания кода для программного обеспечения
2. Какого вида дизайна НЕ существует?
 - a) Графический дизайн
 - b) Механический дизайн
 - c) Ландшафтный дизайн
 - d) Индустриальный дизайн
3. Что характерно для античного проектного мышления?
 - a) Абстракционизм
 - b) Гармония пропорций и использование математики в искусстве
 - c) Минимализм
 - d) Бионические формы
4. Какой стиль характерен для эпохи Средневековья?
 - a) Барокко
 - b) Романский стиль
 - c) Модерн
 - d) Конструктивизм
5. Кого можно считать первым «протодизайнером»?
 - a) Леонардо да Винчи
 - b) Микеланджело
 - c) Рембрандта
 - d) Ван Гога
6. Что из обозначенного ниже повлияло на формирование корпоративного стиля?
 - a) Изобретательский бум
 - b) Развитие сельского хозяйства
 - c) Культура Древнего Египта
 - d) Великие географические открытия
7. Кто основал Баухауз и стал важной фигурой в профессиональном образовании дизайнеров?
 - a) Вальтер Гропиус
 - b) Ле Корбюзье
 - c) Сальвадор Дали
 - d) Эл Лисицкий
8. Что характерно для стиля «Braun»?
 - a) Яркие и насыщенные цвета

- b) Простой и функциональный дизайн
- c) Экспериментальный и хаотичный подход
- d) Традиционность

9. Какие традиции оказали влияние на становление отечественного дизайна?

- a) Греческие традиции
- b) Византийские традиции
- c) Китайские традиции
- d) Африканские традиции

10. Кто является представителем модерна?

- a) Ле Корбюзье
- b) Антонио Гауди
- c) Энди Уорхол
- d) Пабло Пикассо

11. Какой стиль НЕ относится к модернизму?

- a) Арт-деко
- b) Конструктивизм
- c) Мемфис
- d) Функционализм

12. Какой стиль НЕ относится к постмодернизму?

- a) Поп-арт
- b) Оп-арт
- c) Мемфис
- d) Арт-деко

13. Какой из стилей постмодернизма сочетается с философией и культурой поп-арта?

- a) Минимализм
- b) Барокко
- c) Мемфис
- d) Хай-тек

14. Что характерно для хай-тека в дизайне?

- a) Избыточное декорирование
- b) Минимализм и технологичность
- c) Использование природных материалов
- d) Яркие насыщенные цвета

15. Что такое фирменный стиль?

- a) Стиль одежды
- b) Комплекс визуальных и текстовых элементов, обеспечивающих единство компании / бренда
- c) Способ построения зданий
- d) Постановка театральных спектаклей

16. Что НЕ является основным элементом фирменного стиля?

- a) Логотип
- b) Цветовая палитра
- c) Шрифты
- d) Фото

17. Какой инструмент для выбора фирменных цветов используется в дизайне
- Алгоритм Эвклида
 - Цветовой круг Иттена
 - Матрица Бертрана
 - Метод Фибоначчи
18. Какой этап проектирования логотипа предполагает создание набросков от руки?
- Разработка концепции
 - Исследование рынка
 - Создание цифровой версии
 - Финализация и тестирование
19. Чем отличается лендинг от многостраничного сайта?
- Лендинг – одностраничный сайт, сфокусированный на одной цели
 - Лендинг – это портал новостей
 - Лендинг содержит множество категорий и страниц
 - Все перечисленное верно
20. Какой из следующих принципов НЕ является основным принципом дизайна?
- Контрастность
 - Единство
 - Баланс
 - Сложность

Ответы:

- с) Проектирование, предусматривающее сочетание функциональности и эстетики
- б) Механический дизайн
- б) Гармония пропорций и использование математики в искусстве
- б) Романский стиль
- а) Леонардо да Винчи
- а) Изобретательский бум
- а) Вальтер Гропиус
- б) Простой и функциональный дизайн
- б) Византийские традиции
- б) Антонио Гауди
- с) Мемфис
- д) Арт-деко
- с) Мемфис
- б) Минимализм и технологичность
- б) Комплекс визуальных и текстовых элементов, обеспечивающих единство компании / бренда
- д) Фото
- б) Цветовой круг Иттена
- а) Разработка концепции
- а) Лендинг – одностраничный сайт, сфокусированный на одной цели
- д) Сложность

Критерии оценивания результатов теста

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

Тест	неудовлетвор ительно	удовлетвори тельно	хорошо	отлично
Количество верных ответов	1-4	5-10	11-15	16-20

Информация о разработчиках

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