

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a12be936

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОСНОВЫ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Коммуникативные технологии и реклама
2024
очная
4 семестре

Разработано

Доцентом кафедры «Дизайна»
Соловьевой В.В.

Введение

1. Назначение: фонд оценочных средств устанавливает соответствие уровня подготовки обучающихся и выпускников требованиям образовательных стандартов и образовательных программ по реализуемым направлениям подготовки высшего образования.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Основы графического дизайна в рекламе и связях с общественностью».

3. Разработчик: Соловьева Вероника Владимировна, доцент кафедры дизайна.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель: Китаева И.В., и.о. зав. кафедрой дизайна

Члены комиссии: Е.С. Левченко, доцент кафедры дизайна,
Е.В. Галдин, доцент кафедры дизайна.

Представитель организации-работодателя: Танцура А.А., генеральный директор ООО «Севкавгипроводхоз»

Экспертное заключение: ФОС текущего контроля и промежуточной аттестации соответствует ФГОС ВО

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности и компетенции(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ПК-18 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-18 Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Не знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Поверхностно знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Знает основные технологии цифровых коммуникаций .	Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-18 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Не умеет: подготовить тексты рекламы и (или) связей с общественностью, для реализации коммуникационного продукта.	Поверхностно умеет: решать задачи связанные с технологией цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы	Умеет: решать задачи по технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет: решать задачи по технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-18 Владеет навыками использования современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Не владеет: технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Владеет: технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы.	Владеет: технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью	Владеет: технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в

федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.		Чем отличается форматирование текста от редактирования текста? а: форматирование - навык работы с текстовым редактором, предполагает изменение внешнего вида, а редактирование — изменение структуры, формы и содержания в: это одно и то же с: форматирование – это корректировка содержания изложенного материала, а редактирование – это проверка орфографических ошибок	ПК-18
2.		Дать определение понятию брендинг а: это искусство поиска, уточнения смыслов и их перевода в точные образы, для увеличения прибыли бизнеса в: это исключительно разработка логотипа и руководства к его использованию с: аналоговые приемы цветового соотношения по дизайн-проекту	ПК-18
3.		Дать определение понятию Бренд-дизайн а: разработка типографической базы проектной документации в: подбор гармоничной цветовой пары с: проектная деятельность по созданию индивидуальной визуальной среды бренда, отображающей основные ценностные и эмоциональные характеристики продукта или услуги (смыслы) в средствах коммуникации (образы)	ПК-18
4.		Визуальная идентификация бренда это: а: это индивидуальность бренда посредством визуальных элементов и то, как компания создает эту связь с аудиторией через определенный посыл истории компании, его опыта и эмоций в: это комплекс графических элементов, построенный на единой системе правил создания ритмической композиции, с передачей динамики цветового характера графического характера форм	ПК-18
5.		Существуют ли стилистические особенности логотипов? а: нет, логотипы не различают по стилям, поэтому нет особенностей в: да, существует несколько стилей логотипов, что подразумевает их стилистические особенности начиная от шрифтовых предпочтений, графических приемов с: есть только колористические особенности логотипов и их адаптация на носителях в монохроме	ПК-18
6.		Растровые форматы графики: а: JPEG	ПК-18

		в: EPS с: AI	
7.		Кратка характеристики хорошего логотипа: а: уникальность, адаптивность, соответствие, вне времени в: детализация, наличие контрастных штрихов, три цветовые комплиментарные пары с: формат gif, наличие дескриптора, возможна деформация шрифтовых блоков	ПК-18
8.		Что подразумевается под понятием компановка итогового графического дизайн-проекта а: особенность подачи проектного материала, включающая композиционную целостность, свидетельствующая о продуманном размещении изобразительного материала - текстового и графического, отображающего содержание проекта в: организации рабочего места в аудитории с: исключительно монохромное колористическое решение дизайн-проекта	ПК-18
9.		Этапы разработки товарного знака	ПК-18
10.		Знаки, символы в дизайне.	ПК-18
11.		Понятие о целях и задачах в графическом дизайне.	ПК-18
12.		Понятие «стиль» применительно к дизайнерской деятельности.	ПК-18
13.		Что такое цветовой тон	ПК-18
14.		Основные принципы и изобразительные средства композиции.	ПК-18
15.		Эстетика и воздействие цвета.	ПК-18
16.		Плоскостная композиция.	ПК-18
17.		Цветовые модели в компьютерной графике.	ПК-18
18.		Инструменты рисования в Adobe Photoshop.	ПК-18

19.		Дать определение понятию Инфографика.	ПК-18
20.		Применение различных стилей в сфере рекламной продукции.	ПК-18
21.		Каковы взаимоотношения цвета и формы.	ПК-18
22.		Объекты рекламного позиционирования в среде.	ПК-18
23.		Назовите законы композиции.	ПК-18
24.		Отрасли графического дизайна	ПК-18
25.		Что такое логотип?	ПК-18
26.		Уровни реализации стратегии позиционирования фирменного стиля	ПК-18
27.		Основные задачи позиционирования фирменного стиля	ПК-18
28.		Указать способности грамотной презентации концептуального решения проекта.	ПК-18
29.		Этап технического задания состоит из:	ПК-18

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если практическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; студент свободно справляется с поставленными задачами, предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.