

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ПРИЕМ 2017 г.

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Реклама и дизайн

Направление подготовки/ специальность	54.03.01 «Дизайн»		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Дизайн		
	Промышленный дизайн		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	4	семестр	7
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		

Заведующий кафедрой -
руководитель отделения на
правах кафедры
Руководитель ООП
Преподаватель

	Филипас А.А.
	Вехтер Е.В.
	Серяков В.А.

2020 г.

1. Роль дисциплины «Реклама и дизайн» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Результаты освоения ООП	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
					Код	Наименование
Реклама и дизайн	4	ОПК (У)-4	Способен применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании	Р3	ОПК (У)-4.В1	Владеет навыками векторной и растровой графики и художественно-технически редактированием
					ОПК (У)-4.У1	Умеет применять современную шрифтовую культуру при выполнении дизайн-проекта
		ПК(У)-2	Способен обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	Р2	ПК(У)-2.В3	Владеет опытом обоснованного выбора материалов и технологий при разработке дизайна и изготовлении полиграфической продукции и наружной рекламы
					ПК (У)-2.У3	Умеет обосновать свои предложения при разработке проектной идеи в соответствии с регламентом, нормативными документами, паспортом рекламного и информационного места
					ПК (У)-2.33	Знает основы работы над полиграфической продукцией, специфику расположения рекламных и информационных установок
		ДПК(У)-1	Способен применять современные информационные технологии и графические редакторы, методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновывать новизну собственных проектных решений	Р7	ДПК(У)-1.В8	Владеет опытом создания документации по дизайн-проекту рекламной продукции с использованием современных информационных технологий и графических редакторов
					ДПК(У)-1.У8	Умеет использовать методы компьютерного моделирования и проектирования в разработке дизайна полиграфической и рекламной продукции, наружной рекламы

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД-1	Применять знания по обработке и сравнительно-сопоставительному анализу данных в процессе разработки рекламной идеи	ОПК (У)-4	Раздел 1. Реклама и ее место в системе маркетинговых коммуникаций Раздел 2. Правовые основы рекламной деятельности	- Посещение занятий - Защита отчета по лабораторной работе
РД-2	Применять творческий подход и художественные методы при выполнении дизайн-проектов промышленных изделий и	ДПК(У)-1	Раздел 3. Система организации работы в	- Посещение занятий - Защита отчета по лабораторной

	объектов рекламы		рекламно-производственной компании, основные направления деятельности Раздел 4. Основные виды рекламной продукции, психофизиологическое восприятие рекламы. Цветовая торговая матрица	работе
РД-3	Воплощать художественную проектную идею в материале	ПК(У)-2	Раздел 5. Особенности разработки фирменного стиля (брендбука) компании. Реклама и мерчандайзинг товаров Раздел 6. Особенности дизайна наружной рекламы и промышленных экспозиций	• Посещение занятий • Защита отчета по лабораторной работе • Защита ИДЗ • Зачет

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка – максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности
70% ÷ 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности
55% ÷ 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности
0% ÷ 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий и дифференцированного зачета /зачета

Степень сформированности результатов обучения	Балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
---	------	----------------------------------	--------------------

90% ÷ 100%	90 ÷ 100	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности
70% ÷ 89%	70 ÷ 89	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности
55% ÷ 69%	55 ÷ 69	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям
55% ÷ 100%	55 ÷ 100	«Зачтено»	Результаты обучения соответствуют минимально достаточным требованиям
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Не зачтено»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

Оценочные мероприятия		Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита лабораторной работы	Вопросы: 1. Какие материалы лучше использовать для изготовления объемных букв при использовании на улице? 2. Основные правила дизайна упаковки. Что такое цветовая торговая матрица? 3. В чем заключаются психологические особенности восприятия цветовых сочетаний? Каковы психологические основы мотивации потребителя? Пирамида Маслоу.
2.	Защита ИДЗ	Тема проекта: 1. Дизайн-проектирование выставочного стенда. Вопросы к защите: 1. Схемы зонирования выставочной площади? 2. Последовательность разработки дизайн выставочного стенда? 3. Какой стенд самый дорогой, а какой самый дешевый в зависимости от его расположения? 4. У какого стенда наибольшая информативность?
3.	Зачет	Вопросы на зачет: 1. Способ и технология изготовления фигурного лайтбокса. 2. Способы и материалы для создания контражурной подсветки у вывески 3. Строение АКП (алюминиево-композитной панели) 4. Различие лайтбокса наружного и внутреннего применения. 5. Виды пленок. Пленка Oracal 641 и пленка Oracal 8500. 6. Паспорт рекламного места объекта, назначение, основное содержание. Два вида паспорта.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		7. Содержание технического задания. Последовательность выполнения заказа, основные этапы и результаты работ. 8. Жизненный цикл товара и рекламы. 9. Информационно-рекламные материалы. Константы фирменного стиля: товарный знак (логотип), цвет, шрифт. Основные правила разработки визитки. 10. Схема зонирования города по категориям размещения рекламных и информационных объектов. Виды основных информационных и рекламных конструкций. 11. Основные требования и правила к размещению вывесок в исторической части города. Артемий Лебедев. 12. Основные правила дизайна упаковки. Цветовая торговая матрица. 13. Мерчендайзинг компании «ESPRIT», расскажите философию бренда, его концепцию презентации новых коллекций и проведения сезонных распродаж. Основные материалы и средства раскрытия бренда. 14. Подготовка файла к тампопечати, тиснению. Тип пространства стенда, тип стенда. 15. Подготовка файла к лазерной резке и гравировке. Модульные сетки для организации пространства стенда. 16. Основные материалы для информационных табличек. 17. Подготовка к цифровой печати разных по размеру файлов векторной и растровой графики. 18. Световой короб из композита с инкрустацией, технические характеристики и требования для его производства. 19. Автомобильные, витражные, светоправляющие и люминисцентные пленки. 20. Флуоресцентные литые пленки и светоблокирующая пленка. 21. Пластики для гравировки и зеркальные пластики. 22. ПВХ и оргстекло, основные характеристики, сфера применения в дизайне. 23. Сотовый и монолитный карбонат, характеристика, преимущества и недостатки, сфера применения. 24. Подготовка файла к плоттерной резке. 25. Основные технологии в изготовлении информационных стендов. 26. ALS-профиль, elkamet профиль. Технические характеристики, сфера применения. 27. Технология изготовления световых букв высотой от 1,5 м. 28. Основные мобильные конструкции. Состав мобильного трансформера. 29. Виды объемных букв. Технология изготовления. 30. Китч дизайн, психо дизайн, нон-дизайн. Особенности, основные средства реализации данного направления.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		31. Оп арт дизайн, нано-арт дизайн. Особенности, основные средства реализации данного направления.

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Защита лабораторной работы	Студент представляет выполненную лабораторную работу в виде презентации. Критерии оценивания лабораторной работы: 1. Новизна и оригинальность дизайнерского решения. 2. Функциональность и эргономичность дизайнерского решения. 3. Высокое качество графической подачи материала. 4. Уверенное представление аудитории материала. Отлично (20-30) – работа соответствует количественному и качественному показателю, творческий подход к подаче материала Хорошо (10-19) - работа соответствует количественному показателю, но качество подачи информации не демонстрирует грамотное владение средствами шрифтовой графики Удовлетворительно (5-9) – и качественный и количественный показатели представлены не в полном объеме Неудовлетворительно (0-4) при невыполнении задания или отсутствия признаков выполненной работы.
2.	Защита ИДЗ	Студент представляет выполненный ИДЗ (дизайн-проект выставочного стенда) в виде презентации и планшета. Критерии оценивания ИДЗ: 1. Новизна и оригинальность дизайнерского решения. 2. Функциональность и эргономичность дизайнерского решения. 3. Высокое качество графической подачи материала. 4. Уверенное представление аудитории материала. Отлично (90-100) – работа соответствует количественному и качественному показателю, творческий подход к подаче материала Хорошо (70-89) - работа соответствует количественному показателю, но качество подачи информации не демонстрирует грамотное владение средствами шрифтовой графики Удовлетворительно (55-69) – и качественный и количественный показатели представлены не в полном объеме Неудовлетворительно (0-54) при невыполнении задания или отсутствия признаков выполненной работы.
3.	Зачет	Проверка освоения лекционного материала проводится путем сдачи зачета по билетам. Допуск по итогу текущего контроля рассчитывается на основе суммы баллов, набранных за все виды

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
		оценочных мероприятий. Для допуска к экзамену студенту необходимо набрать 55 баллов и более по всем видам запланированных оценочных мероприятий. Билет включает в себя три вопроса раскрывающие основные понятия лекционного материала, максимальная оценка данного оценочного мероприятия составляет 20 баллов. Итоговая оценка за семестр рассчитывается на основе полученной суммы баллов в результате текущего контроля, и баллов, набранных при заключительном контроле знаний на зачете.

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
2017/2018 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <u>«Реклама и дизайн»</u> по направлению <u>54.03.01 «Дизайн»</u>	Лекции	16	час.
«Отлично»	A+	96 - 100 баллов		Практ. занятия	0	час.
	A	90 - 95 баллов		Лаб. занятия	32	час.
«Хорошо»	B+	80 - 89 баллов		Всего ауд. работа	48	час.
	B	70 - 79 баллов		CPC	60	час.
«Удовл.»	C+	65 – 69 баллов		ИТОГО	108	час.
	C	55 – 64 баллов			3	з.е.
Зачтено	D	55 - 100 баллов				
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

Результаты обучения по дисциплине:

РД1	Применять знания по обработке и сравнительно-сопоставительному анализу данных в процессе разработки рекламной идеи
РД2	Применять творческий подход и художественные методы при выполнении дизайн-проектов промышленных изделий и объектов рекламы
РД3	Воплощать художественную проектную идею в материале

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля – зачет
 (дифференцированный зачет)

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			
П	Посещение занятий	1	20
ТК1	Защита лабораторных работ	8	40
ТК2	Защита ИДЗ	2	20
ТК3	Зачет	1	20
	ИТОГО		100

Дополнительные баллы

Учебная деятельность / оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
ДП1	Реферат	1	5
ДП2	Выступление на конференции/участие в конкурсе	1	5
	ИТОГО		15

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1-2	28.08	РД1 РД2	Лекция 1. Введение. История рекламы.	2		П	1	ОСН 1		
			Лабораторная работа 1. Маркетинг и место рекламы в нем	2		П	1	ДОП 1		
			Лабораторная работа 2. Дизайн буклета - работа со слоями, создание многостраничного документа.	2		П, ТК1	10	ДОП 1	ЭР2	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			<i>Изучение теоретического материала</i>		6					
3-5	11.09	РД1 РД2 РД3	Лекция 2. Федеральный закон «О рекламе»	2		П	1	ОСН 1		
			Лабораторная работа 3. Порядок рассмотрения дел по нарушению «Закона о рекламе».	2		П	1	ОСН 1		
			Лабораторная работа 4. Анализ наружной рекламы в городе, выявление мест рекламных объектов на здании несоответствующих паспорту здания и его историко-культурному значению.	2		П, ТК1	10	ДОП 2	ЭР 2	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			<i>Изучение теоретического материала</i>		8					
6-9	02.10	РД2 РД3	Лекция 3. Технологии и материалы для производства рекламной продукции. Составление технического задания.	2		П	1	ДОП 1	ЭР 1	
			Лекция 4. Структурная организация рекламно-производственной компании. Последовательность выполнения заказа.	2		П	1	ОСН 1		
			Лабораторная работа 5. Составление технического задания.	2		П	5	ОСН 1		
			Лабораторная работа 6,7. Определение возможных материалов и технологии изготовления для различного рода продукции	4		П, ТК1	9	ОСН 1		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			<i>Изучение теоретического материала</i>		10					
9	23.10		Конференц-неделя 1							
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	22	24		40			
10-11	30.11	РД1	Лекция 5. Психологические основы мотивации потребителя. Пирамида Маслоу. Модели воздействия рекламы на человеческую психику.	2		П	1	ОСН 1		
			Лабораторная работа 8,9,10. Определение наилучшего цветового решения и материалов для предложенных изделий.	6		П, ТК1	10	ДОП 2	ЭР 2	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			<i>Изучение теоретического материала</i>		12					
12-14	13.11	РД1 РД2	Лекция 6. Информационно-рекламные материалы. Реклама в прессе и прямая почтовая реклама. Имидж фирмы как средство рекламы. Константы фирменного стиля: товарный знак (логотип), цвет, шрифт.	2		П	1	ДОП 1		
			Лабораторная работа 11,12,13. Разработка брендбука компании.	6		П, ТК1	11	ОСН 1		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			<i>Изучение теоретического материала</i>		12					
15-17	04.12	РД1 РД2 РД3	Лекция 7. Виды основных информационных и рекламных конструкций. Материалы и технологии для производства рекламных вывесок, объемных букв, световых коробов	2		П	1	ДОП 2	ЭР 1	
			Лекция 8. Схемы зонирования выставочной площади, дизайн выставочного стенда.	2		П	1	ДОП 2		
			Лабораторное занятие 14,15,16. Разработка дизайна	6		П, ТК2	15	ДОП 2	ЭР 1	

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видеоресурсы
			вывески, определение ее вариантов реализации, материалов, технологии изготовления, сборки и монтажа. Разработка выставочного стенда.							
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			<i>Изучение теоретического материала</i>		12					
18	25.12		Конференц-неделя 2							
			Зачет				20			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	26	36		100			
			Экзамен (при наличии)				0			
			Общий объем работы по дисциплине	48	60		100			

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)	№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
ОСН 1	Белоевко, Е. В. Реклама и дизайн: учебное пособие / Е. В. Белоевко, С. В. Романова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. — URL: http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2016/m024.pdf (дата обращения 28.04.2017). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ. — Текст: электронный.	ЭР 1	Дизайн как стиль жизни/история, теория, практика	http://rosdesign.com/design/design.htm
		ЭР 2	Designet - авторитетный профессиональный ресурс о промышленном дизайне в России	http://designet.ru/
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)	№ (код)	Видеоресурсы (ВР)	Адрес ресурса
ДОП 1	Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. В. Боресков, Е. В. Шикин; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (МГУ). — Москва: Юрайт, 2016. — 219 с.: ил. — Текст : непосредственный.	ВР 1	-	-
ДОП 2	Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / О. Н. Ткаченко; Омский государственный технический университет (ОмГТУ). — Москва: Магистр Инфра-М, 2015. — 176 с.: ил. — Текст : непосредственный	ВР 2	-	-

Составил: _____ (Серяков В.А.)

«__» июня 2020 г.

Согласовано:

Заведующий кафедрой -
руководитель отделения
на правах кафедры

к.т.н, доцент

«__» июня 2020 г.

_____ (Филипас А.А.)