

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Рекламные технологии в дизайне

**Код модуля**  
1149126(1)

**Модуль**  
Инновационные технологии в графическом  
дизайне

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Быстрова Татьяна Юрьевна	доктор философских наук, доцент	Профессор	культурологии и дизайна
2	Мельникова Светлана Витальевна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

В.В. Топорищева

**Авторы:**

- Быстрова Татьяна Юрьевна, Профессор, культурологии и дизайна
- Мельникова Светлана Витальевна, Доцент, культурологии и дизайна

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Рекламные технологии в дизайне**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	2	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	2
		Домашняя работа	1
		Реферат	1

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Рекламные технологии в дизайне**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
УК-5 -Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (Графический дизайн; Дизайн)	З-2 - Демонстрировать понимание механизмов формирования условий психологически безопасной среды в межкультурном взаимодействии с учетом разнообразия культур П-1 - Моделировать продуктивные формы и оптимальные условия психологически-безопасной среды межкультурного взаимодействия на основе анализа национального и социокультурного разнообразия профессиональной среды с	Домашняя работа Зачет Контрольная работа № 2 Контрольная работа №1 Лекции Практические/семинарские занятия Реферат

	<p>учетом правовых и этических норм</p> <p>У-1 - Оценивать ситуацию в процессе межкультурного взаимодействия, выбирать эффективные формы межличностных взаимодействий с учетом национальных, социокультурных особенностей и этических и правовых норм</p>	
<p>ОПК-1 -Способен проводить исследовательские и проектные работы, проявлять творческую инициативу, выдвигать креативные идеи, работать с научной литературой</p>	<p>Д-1 - Проявлять креативность и творческое мышление</p> <p>З-3 - Излагать способы определения актуальности темы и логику правильной постановки проблемы исследования или задачи проекта</p> <p>У-2 - Анализировать ведущие идеи и достижения в своей профессиональной области и генерировать творческие инициативы для исследований и проектов</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Контрольная работа №1</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>
<p>УК-1 -Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, в том числе в цифровой среде</p>	<p>З-2 - Определять этапы разработки стратегии действий, в том числе в цифровой среде, и методы решения проблемных ситуаций</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа №1</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>
<p>ПК-5 -Способен демонстрировать навыки научно-исследовательской деятельности, способен представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, владеть опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями</p>	<p>З-2 - Знать требования к содержанию дизайн-брифа/технического задания, формы учетных документов и порядок составления отчетности</p> <p>П-1 - Заниматься подготовкой отчета, в том числе аналитических записок и презентационных материалов, содержащих материалы о проведенных дизайнерских исследованиях с выводами и предложениями по</p>	<p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Реферат</p>

	<p>направлениям работ в нескольких вариантах</p> <p>П-2 - Анализировать и внедрять результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ</p> <p>У-1 - Адаптировать результаты проведенных исследований к требованиям заказчика</p>	
<p>ПК-5 -Способен демонстрировать навыки научно-исследовательской деятельности, способен представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, владеть опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями (Дизайн)</p>	<p>З-2 - Знать требования к содержанию дизайн-брифа/технического задания, формы учетных документов и порядок составления отчетности</p> <p>П-1 - Заниматься подготовкой отчета, в том числе аналитических записок и презентационных материалов, содержащих материалы о проведенных дизайнерских исследованиях с выводами и предложениями по направлениям работ в нескольких вариантах</p> <p>П-2 - Анализировать и внедрять результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ</p> <p>У-1 - Адаптировать результаты проведенных исследований к требованиям заказчика</p>	<p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Реферат</p>

### 3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

#### 3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>контрольная работа 2</i>	<i>2,7</i>	<i>40</i>
<i>реферат</i>	<i>2,9</i>	<i>60</i>
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</b>		

<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – <b>0.5</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа 1</i>	2,12	50
<i>домашняя работа</i>	2,16	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– <b>1</b>		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– <b>нет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– <b>не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - <b>не предусмотрено</b>		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – <b>нет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – <b>не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - <b>не предусмотрено</b>		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – <b>нет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – <b>не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– <b>не предусмотрено</b>		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – <b>не предусмотрено</b>		

#### 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

##### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

##### Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)

2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

### 5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

#### 5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

#### 5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Социальная реклама и социальный плакат
  2. Практика создания рекламного плаката
  3. Рекламные кейсы «золотого века американской рекламы»
  4. Уникальное торговое предложение в практике больших брендов (Coca-Cola, Volkswagen, Apple, M&M's)
  5. Дизайнерские инструменты в создании удачной рекламы
  6. Использование теории архетипов в построении индивидуальности бренда компании
  7. Использование архетипов в рекламе
  8. Национальные особенности дизайна в рекламной продукции разных стран мира
- LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

#### Базовый

##### 5.2.1. Контрольная работа №1

Примерный перечень тем

1. Использование психологических методов в рекламе



Примерные задания

Вариант 1. Опишите психологические (манипулятивные) методы, с которыми вы знакомы, и которые можно проиллюстрировать (показать пример).

Вариант 2. Выберите рекламный плакат или рекламное видео и объясните, какие из восьми, изученных на занятии методов психологического воздействия, в нем использованы.

Вариант 3. Рассмотрите предложенные рекламные плакаты. Определите и опишите архетипы, которые в них использованы

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Контрольная работа № 2**

Примерный перечень тем

1. Основы рекламы

Примерные задания

1. Реклама отличается от объявления на заборе тем, что

- a. Выполнена высокохудожественно
- b. Всегда платная
- c. Делают профессионалы
- d. Всегда про продажу

2. В чем отличие государственной рекламы от социальной?

- a. Нет отличий
- b. В заказчике
- c. В адресате
- d. В профессионализме

3. Психолог, основатель бихевиоризма, который внес в рекламу фактор убеждения и манипуляции, говоря, что люди как машины, их поведение в качестве потребителей можно контролировать

- a. Фрейд
- b. Уотсон
- c. Кёниг
- d. Маслоу

4. Самая знаменитая рекламная компания XX в. НАЗВАНИЕ

- a. Think small
- b. Marlboro man
- c. Jolly Green Giant
- d. Red meat

5. Самый знаменитый рекламный персонаж XX в. НАЗВАНИЕ

- a. Пончик Pillsbury
- b. Marlboro man
- c. Jolly Green Giant
- d. Барон Врангель (Hathaway)

6. Кто из великих американских рекламистов является адептом «жесткого промоушена»?

- a. Бернбах
- b. Бернет
- c. Ривс
- d. Огилви

7. Третья составная часть USP (УТП).

- a. Проговаривать преимущества
- b. Проговаривать отличия
- c. Проговаривать четко
- d. Проговаривать, настойчиво повторяя

LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2.3. Домашняя работа

Примерный перечень тем

- 1. Визуальное высказывание
- 2. Социальная реклама

Примерные задания

Создать визуальное высказывание-загадку на тему любимой сказки.

Высказывание должно состоять из трех слайдов, которые демонстрируют развитие событий. Пользоваться можно только комбинациями форм и цветов, фигуративные изображения запрещены. На практическом занятии рассматриваем и догадываемся о содержании сказки.

Создать свой вариант социальной рекламы (рекламный плакат)

Вариант 1. Посетите Екатеринбург, столицу конструктивизма!

Вариант 2. Отпуск должен быть далеко от дома.

Вариант 3. Собирайте и сдавайте крышечки от пластиковых бутылок!

Вариант 4. Свой вариант.

LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2.4. Реферат

Примерный перечень тем

- 1. Использование цвета в рекламе
- 2. Цвет в рекламном советском плакате 1920-1940 гг.
- 3. Краткосрочные методы привлечения внимания (eye-stopper) и как они работают.
- 4. Методы удержания внимания на примере социальной рекламы военного времени (2 мировая война).
- 5. Социальная реклама и социальный плакат. Сравнение
- 6. Исследование дизайнерских инструментов рекламного видео (конкретное видео на выбор).
- 7. Наружная реклама в контексте современного города
- 8. Использование фотографии в рекламе: история изменений

### Примерные задания

В реферате должны быть описаны и проанализированы проблема, явление из истории рекламы, методы рекламного воздействия, методы удержания внимания и т.д.

LMS-платформа – не предусмотрена

## **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Дизайн, графический дизайн в мире современной культуры и в рекламе
2. Функции графического дизайна, их применение в рекламе
3. Реклама как коммуникация. Рекламный образ и художественный образ
4. Реклама как часть массовой культуры
5. Реклама в мире постмодерна. Феномен симуляции
6. Познавательные психические процессы (ощущение, восприятие, представление, память, мышление), их использование в рекламе
7. Особенности цветового восприятия рекламы. Правила использования цвета в рекламе
8. Синтез цвета и звука в рекламной презентации
9. Особенности композиционного решения рекламы (на примере анализа двух рекламных плакатов)
10. Дизайнерские приемы работы с вниманием потенциального потребителя рекламы
11. Память и внимание как психические процессы, учет законов работы памяти и внимания при создании рекламы
12. Ментальные модели – их влияние на создание и восприятие рекламы
13. Психологические типы и их учет в создании рекламных образов
14. Образы-архетипы в рекламе
15. Создание визуального рекламного образа: симуляция
16. Методы рекламного воздействия (внушение, ассоциативный метод, психоаналитический, мотивационный анализ, идентификация, НЛП)
17. Классификация рекламы. Варианты классификации по различным основаниям
18. Классификация рекламы по целям воздействия
19. Социальная и государственная реклама
20. Социальная реклама и социальный плакат

LMS-платформа – не предусмотрена

## **5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности**

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.