

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТ

Дисциплина: ОЦП.01

Специальности: 42.02.01 Реклама

Разработчики:

Преподаватель _____ Силютин А. М.

Ставрополь, 2024

1. Общие положения

Контрольно-измерительные материалы предназначены для контроля и оценки образовательных и профессиональных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Дизайн в рекламной деятельности»

КИМ включают контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена.

2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

ОК, ПК, ЛР	Освоенные умения	Усвоенные знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09	<ul style="list-style-type: none">- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none">- Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;- Организует собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивает их эффективность и качество;- Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и несет за них ответственность;- Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;- Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.- Ориентирован в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК-4.1 ПК 4.2	<p><i>Понимает значимость к постоянному повышению уровня профессионального образования, в том числе через самостоятельное образование, в условиях современного профессионального контекста.</i></p> <p><i>Осуществляет планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей</i></p>	<p><i>Готов к постоянному повышению уровня профессионального образования, в том числе через самостоятельное образование, в условиях современного профессионального контекста.</i></p> <p><i>Планирует собственную работу в составе коллектива исполнителей</i></p>

3. Измерительные материалы для оценивания результатов освоения учебной дисциплины

3.1. Задания для проведения экзамена

Форма экзамена – экзамен проводится в виде просмотра работ по практическим заданиям и устного ответа.

Правила проведения просмотров по дисциплине Основы композиции рисунка и живописи в рекламе

1. Место (время) выполнения задания: аудитория Ж2 Кабинет дизайна, рисунка, живописи. Лаборатория техники и технологии живописи; графики и культуры экспозиции; художественно-конструкторского проектирования. Мастерская академического рисунка, академической живописи, цветоведения.

2. Максимальное время выполнения задания: 20 мин

3. Источники информации, разрешенные к использованию на зачете, оборудование: канцелярские принадлежности (ручка, карандаши).

**Перечень теоретических вопросов
по дисциплине Дизайн в рекламной деятельности**

1. Понятие «Информационный дизайн». Продукты информационного дизайна.
2. Виды листовок. Правила создания листовок и флаеров. Основные форматы листовок и флаеров.
3. Дизайн и концепция плакатов. Виды плакатов.
4. Основные правила разработки плакатов.
5. Базовые методы в дизайне плакатов, применяемые для эффективного донесения сообщений.
6. Методы создания единого целого в плакате: группировка, повтор, направленность, цвет фона.
7. Три типа ритма в композиции плаката.
8. Особенности применения правил типографики при разработке плаката.
9. Виды и типы баннеров. Основные правила создания баннеров и билбордов. Форматы баннеров и билбордов.
10. Основные форматы ролл апов, штендеров. Правила создания и разработки.
11. Виды календарей. Правила создания календарей.
12. Типы вывесок.
13. Правила создания вывески.
14. Виды стел и пилонов. Правила их создания.
15. Основные форматы информационных стендов. Правила их оформления.
16. Основные понятия веб-дизайна.
17. Структура страницы сайта.
18. Типы сайтов и их классификация.
19. Описание информационной архитектуры сайта.
20. Стандартные элементы сайта, способы прототипирования.
21. Стили дизайна веб-сайта: тенденции развития.
22. Виды макетов. Сетки дизайна.
23. Современные принципы дизайна.
24. Цветовое и стилевое решение веб-сайта.
25. Понятие контраста и средства его выражения при разработке веб-сайта.
26. Отношение «элементы – пространство» в композиции (доминанта элемента /пространства...).
27. Типографика сайта, выбор шрифтов. Использование иконок, пиктограмм, фонов в веб-дизайне
28. Способы подбора гармоничных цветов.
29. Цветовые сочетания «символ-фон» с точки зрения удобочитаемости информации с экрана.
30. Использование иконок, пиктограмм, фонов в веб-дизайне
31. Минималистский стиль в дизайне сайта
32. Информационный дизайн сайта.

33. Характеристика Флеш-сайта.
34. Карта сайта. Требования по оформлению.
35. Факторы, затрудняющие восприятие информации с экрана
36. Приемы макетирования.
37. Типографика сайта, выбор шрифтов.
38. Типы файлов иллюстраций.

**Перечень заданий к практическим занятиям
по дисциплине Дизайн в рекламной деятельности**

- Тема 1. Практическое занятие № 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии», развитие отечественной рекламы
- Тема 2. Практическое занятие № 2. Понятие рекламной коммуникации
- Тема 3. Практическое занятие № 3. Задачи разработки рекламной концепции товара
- Тема 4. Практическое занятие № 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования
- Тема 5. Практическое занятие № 5. Понятие сценарного моделирования
- Тема 6. Практическое занятие № 6. Природа рекламного воздействия
Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия
- Тема 7. Практическое занятие № 7. Творческая реклама
- Тема 8. Практическое задание № 8. Разработать дизайн – макет
- Тема 9. Задание № 9. Разработать макет календаря как носителя фирменного стиля
- Тема 10. Задание № 10. Создать эскиз-макет стандартного рекламного щита
- Тема 11. Задание № 11. Разработать два варианта нестандартных, креативных бизнес-сувенира.

Критерии оценивания заданий

«5»	85-100%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Успешное выполнение всех пунктов задания 2. Полное соответствие условиям технического задания 3. Творческий и оригинальный подход к разработке проекта, уход от рекламных клише 4. Полное понимание и глубокий анализ исследуемого вопроса 5. Грамотная и четкая презентация проекта 6. Аргументированная логика работы 7. Критическое использование теории и рекомендуемого материала для чтения 8. Расширение и углубление лекционного материала 9. Иллюстративность массой примеров и данных
«4»	71-84%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены все пункты задания, однако в нескольких из них присутствует несущественные недоработки. 2. Соответствие условиям технического задания 3. Проект в целом оригинален, но присутствует несколько клишированных рекламных ходов 4. Презентацию проекта отличает умение аргументировать и использование примеров 5. Некоторое расширение и углубление лекционного материала.
«3» (проходная)	50-70%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Удовлетворительный уровень. Выполнены все пункты задания, однако, есть ряд существенных упущений. 2. Невысокий уровень оригинальности проекта 3. Небольшие несоответствия параметрам технического задания 4. Презентация проекта содержит недочеты в оформлении, структуре или логике. 5. В основном базируется на лекционном материале 6. Малая иллюстративность
«2»	35-49%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неудовлетворительное выполнение. Выполнены не все пункты задания. Выполненные пункты содержат существенные упущения. 2. Частичное понимание проблемы 3. Несоответствие основным параметрам технического задания 4. Низкий уровень оригинальности проекта 5. Несмотря на наличие ряда весьма удачных мест, работа характеризуется отсутствием тщательного анализа 6. Неадекватность примеров
«1»	0-34%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнена незначительная часть задания. Остальные пункты либо отсутствуют, либо содержат значительные недоработки

	<ol style="list-style-type: none">2. Отсутствие понимания вопроса3. Отсутствие логики и структуры в презентации проекта4. Несоответствие параметрам технического задания5. Наличие серьезных ошибок и несоответствий6. Отсутствие иллюстраций и примеров.
--	---