

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт горного дела и строительства  
Кафедра «Городского строительства, архитектуры и дизайна»

Утверждено на заседании кафедры  
«ГСАиД»  
« 28 » января 2021 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ К.А. Головин  


**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ)  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
(МОДУЛЮ)**

***«Айдентика и брендинг»***

**основной профессиональной образовательной программы  
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки:

54.03.01 Дизайн

с направленностью (профилем)  
**графический дизайн**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301 – 01 - 21

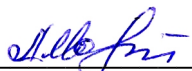
Тула 2021 г.

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ**  
**фонда оценочных средств (оценочных материалов)**

**Разработчик(и):**

Морозова Л.А. доц. к.т.н., доц.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

Плешков С.А. доц.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

## **1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)**

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины, а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

## **2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-5.1)**

- 1 Зачем нужен бренд и как проектируется образ бренда.
- 2 Три этапа создания образа бренда: продукт, польза, ощущения.
- 3 Суть бренда, сообщение бренда.
- 4 Как с помощью айдентики сообщить о пользе продукта?
- 5 Что формирует ощущения в айдентике?

### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-5.2)**

- 1 Отличие брендбука и гайдбука.
- 2 Вербальный, визуальный и кинестетический образы бренда.
- 3 Анализ айдентики конкурентов.
- 4 Зачем выяснять нужды людей и как создавать образ бренда, понятный и полезный для потребителя?
- 5 Что, как и зачем исследовать?

### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-5.3)**

- 1 Социальные тренды.
- 2 Инсайт.
- 3 Портрет потребителя.
- 4 Customer Journey Map.
- 5 Карта конкурентов.

### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)**

- 1 Точки контакта потребителя с брендом при помощи Customer Journey Map.
- 2 Метафора бренда.
- 3 Как придумать идею, если всё уже было.
- 4 Переход от платформы бренда к айдентике.
- 5 Метафора, аллегория, метонимия.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)**

- 1 Методика творческого поиска: случайный синтез.
- 2 Методика творческого поиска: матрица ценностей.
- 3 Референсы.
- 4 Как перевести клиентский бриф на язык дизайнера?
- 5 Отличие референсов семантики и характера бренда.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)**

- 1 Где подбирать референсы.
- 2 Методика творческого поиска: круги ассоциаций.
- 3 Элементы визуальной айдентики.
- 4 Главный элемент айдентики — с чего начинать проектирование.
- 5 Сколько цветов должно быть в палитре бренда.

**3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-5.1)**

- 1 Характер шрифта.
- 2 Шрифтовые пары.
- 3 Что такое стилеобразующие элементы.
- 4 Фотостиль и стиль иллюстраций.
- 5 Система оформления коммуникаций.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-5.2)**

- 1 Типы систем визуальной айдентики.
- 2 Разновидности визуальной айдентики.
- 3 Традиционная айдентика.
- 4 Айдентика смысла.
- 5 Динамичная айдентика.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-5 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-5.3)**

- 1 Маскоты.
- 2 Интерактивная айдентика.
- 3 Айдентика постмодернизма.
- 4 Без айдентики.
- 5 Подбор примеров подходящего типа айдентики для вашей задачи.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)**

- 1 Шрифтовой логотип.
- 2 Подбор нужного типа логотипа для бренда..
- 3 Что считать логотипом.
- 4 Пиктограмма и идеограмма.
- 5 Нужна ли бренду эмблема или можно обойтись шрифтовым начертанием названия.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)**

- 1 С чего начать разработку логотипа.
- 2 Изобразительный логотип.
- 3 Семиотика. Типы невербальных знаков.
- 4 Как сообщить о нескольких смыслах в одном изображении.
- 5 Как заложить потенциал в будущую визуальную айдентику.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)**

- 1 Критерии оценки качества логотипа.
- 2 Виды и логика объединения маркетинговых коммуникаций.
- 3 Упаковка, реклама, сайт, приложение и социальные медиа.
- 4 Брендбук, гайдбук, гайдлайн, руководство... — в чем разница?
- 5 Варианты подачи проекта в портфолио.

**4. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся (защиты курсовой работы) по дисциплине (модулю)**

Учебным планом не предусмотрено