

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»
« 26 » января 2022 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 - 22

Тула 2022 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