

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 ГСАиД

К.А. Головин

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

***«Создание визуальной идентификации бренда»***

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

по направлению подготовки:  
54.04.01 «Дизайн»

с направленностью (профилем)  
***Промышленный дизайн***


Форма обучения: *очная*


Идентификационный номер образовательной программы: 540401-01-22

Тула 2022 год

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

**Разработчик(и):**

Кошелева Алла Александровна, проф. каф. ГСАиД, д.т.н., доц. \_\_\_\_\_ 

Щеглов Алексей Вячеславович, доц. каф. ГСАиД, к-т пед. наук,  
*(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 (модуля), 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. Контрольный вопрос. Анализ определений понятия «реклама».
2. Контрольный вопрос. Анализ понятий «рекламный продукт».
3. Контрольный вопрос. Рекламное обращение и его виды.
4. Контрольный вопрос. Алгоритм рекламного текста.
5. Контрольный вопрос. Понятие речевого воздействия в рекламе.
6. Контрольный вопрос. Понятие и функции слогана.
7. Контрольный вопрос. Современная семиотика и ее основоположники.
8. Контрольный вопрос. Реклама как семиотическая система.
9. Контрольный вопрос. Специфика стиля рекламы.
10. Контрольный вопрос. Основы нейро-лингвистического программирования (НЛП).
11. Контрольный вопрос. Принципы бренд-менеджмента.
12. Контрольный вопрос. Традиционные и современные подходы к разработке организационных структур брендинга.
13. Контрольный вопрос. Роль бренд-менеджера в организации управления брендом.

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

1. Контрольный вопрос. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление.
2. Контрольный вопрос. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.
3. Контрольный вопрос. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания.
4. Контрольный вопрос. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания.
5. Контрольный вопрос. Специфика стиля рекламы.
6. Контрольный вопрос. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.
7. Контрольный вопрос. Фотографика как художественное средство.
8. Контрольный вопрос. Типографика и обработка текстовой информации.
9. Контрольный вопрос. Технологии создания креатива.
10. Контрольный вопрос. На основе конкретных примеров показать процесс создания бренда (в качестве примера «Служба крови»).

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

1. Контрольный вопрос. Нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения.
2. Контрольный вопрос. Современные технологии оформления витрин.
3. Контрольный вопрос. Разработка названий для товаров «Brend-name».
4. Контрольный вопрос. Стилистика рекламного заголовка, слогана и эхо-фразы.
5. Контрольный вопрос. Язык наружной и транзитной рекламы.
6. Контрольный вопрос. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе.
7. Контрольный вопрос. Реклама и искусство.
8. Контрольный вопрос. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
9. Контрольный вопрос. Творческие и производственные технологии создания радиорекламы.
10. Контрольный вопрос. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. Понятие нетто-воздействия.

**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. Контрольный вопрос. Отличия понятий «рекламный продукт» и «технология производства рекламного продукта».
2. Контрольный вопрос. Рекламное обращение и его виды.
3. Контрольный вопрос. Особенности создания рекламного обращения.
4. Контрольный вопрос. Основные этапы выполнения работ при дизайн-проектировании.
5. Контрольный вопрос. Принципы речевого воздействия и их реализация в тексте.
6. Контрольный вопрос. Слоганы в практике рекламной деятельности.
7. Контрольный вопрос. Семиотика и интегрированные маркетинговые коммуникации.
8. Контрольный вопрос. Понятие копирайтинга.
9. Контрольный вопрос. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.
10. Контрольный вопрос. Производство рекламного продукта для сети Интернет.

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

1. Контрольный вопрос. Анализ определений понятия «реклама».
2. Контрольный вопрос. Алгоритм рекламного текста.
3. Контрольный вопрос. Метафора, сравнение, аналогия. Аллегория.
4. Контрольный вопрос. Понятие и функции слогана.
5. Контрольный вопрос. Реклама как семиотическая система.
6. Контрольный вопрос. Особенности применения НЛП в рекламе.

7. Контрольный вопрос. Постановка общих и частных целей коммуникации.
8. Контрольный вопрос. Понятия креатив и креативность.
9. Контрольный вопрос. Бриф и перечень основных элементов, входящих в него.
10. Контрольный вопрос. Эстетическое измерение рекламного образа.

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

1. Контрольный вопрос. Творческая стратегия рекламы и ее компоненты.
2. Контрольный вопрос. Изобразительные жанры рекламы.
3. Контрольный вопрос. Производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.
4. Контрольный вопрос. Композиция рекламного сообщения.
5. Контрольный вопрос. Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы.
6. Контрольный вопрос. Креатив и роль креатора в рекламном творчестве.
7. Контрольный вопрос. Основные экспериментальные методы тестирования рекламных сообщений на распознаваемость, узнавание, запоминаемость.
8. Контрольный вопрос. Типографика: классы шрифтов, группы шрифтов, семейство шрифтов. Структура и единицы измерения шрифта.
9. Контрольный вопрос. Практические технологии фоторекламы.
10. Контрольный вопрос. Креативные технологии создания и продвижения бренда.