

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»
«17» января 2023 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)**

*«ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ»*

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

по направлению подготовки
54.04.01 Дизайн
с направленностью (профилем)
«Дизайн»

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 540401 – 01 - 23

Тула 2023 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

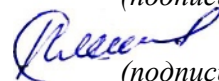
Разработчик(и):

Морозова Любовь Анатольевна, доц. ктн доц. _____
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

Плешков Сергей Александрович, 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 (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)

3 семестр

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

- 1) Какое из приведенных понятий более общее:
А) социальная коммуникация
Б) межличностная коммуникация
- 2) С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение – это:
А) социометрические звезды;
Б) лидеры мнения;
В) референтная группа
- 3) Понятие «обратная связь» было введено:
А) в кибернетической модели коммуникации
Б) в психологических моделях коммуникации;
В) в герменевтическом анализе коммуникации
- 4) Иметь форму законченного текста скорее должно:
А) сообщение в рамках межличностной коммуникации;
Б) сообщение в рамках массовой коммуникации
- 5) Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов:
А) информационная
Б) регулирующая
В) культурная
Г) развлекательная
Д) мобилизующая
- 6) Приведите примеры единиц невербальной коммуникации – столько, сколько сможете

Рукопожатие, объятие, поцелуй, касание, пощечина, похлопывания, толчки, поглаживания, жест, мимика, поза, направление взгляда, подмигивание, улыбка, смех

7) Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:

- А) социальная коммуникация
- Б) индивидуальная коммуникация
- В) межличностная коммуникация
- Г) массовая коммуникация

8) Адресат-это:

- А) объект коммуникации
- Б) субъект коммуникации

9) Кто из ученых имеет отношение к психологическим исследованиям коммуникации:

- А) К.Шеннон
- Б) Г.Гадамер
- В) К.Г.Юнг

10) Человек сидит на скамейке в парке. Другой человек садиться на ту же скамейку, не заговаривая с первым. Происходит ли коммуникация?

- А) да
- Б) нет

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

- 1) Коммуникативная среда
- 2) Визуальные коммуникации
- 3) Графический дизайн, как массовые коммуникации
- 4) Типографика как комплексные смыслы
- 5) Интерактивные средства в печатной продукции
- 6) Семиотический анализ дизайн-проекта
- 7) Моделирование коммуникативной системы
- 8) Средство визуальной коммуникации-цифровая фотография
- 9) Средство интерактивной коммуникации-звук
- 10) Средство интерактивной коммуникации-цифровое видео

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

- 1. Основные понятия визуальной коммуникации
- 2. Основы визуальной коммуникации
- 3. Основные направления визуальной коммуникации
- 4. Основные термины колористики
- 5. Основные правила выбора цветовой модели.
- 6. Эмоциональное воздействие цвета.

- 7.Использование цветового круга для выбора цветов
- 8.Принципы композиции
- 9.Современные проектирования полиграфической продукции.
- 10.Основные правила выбора композиционной модели.

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

3 семестр

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

- 1) Коммуникатор-это
 - а)объект коммуникации
 - б)субъект коммуникации

- 2)Какая из приведенных формулировок не использовалась как определение информации:
 - А)передача сообщений
 - Б)уменьшение или снятие неопределенности
 - В)отрицательная энтропия
 - Г)воздействие входа на выход

- 3)Кто из ученых имеет отношение к герменевтическому анализу коммуникации:
 - А)К.Шеннон
 - Б)Г.Гадамер
 - В)К.Г.Юнг

- 4) Какая функция средств массовой коммуникации может быть определена как «передача наследия»
 - А)информационная
 - Б)регулирующая
 - В)культурная
 - Г)развлекательная
 - Д)мобилизующая

- 5)Социальная коммуникация – это
 - А)связь любых материальных объектов
 - Б)связь любых социальных субъектов
 - В)связь учреждений, организаций

- 6)Какая потребность организации не относится к коммуникационным
 - А)в информации о ситуации, в которой организация действует
 - Б)в определенном уровне известности

- В) в сохранении нормы прибыли
- Г) в обратной связи

7) Источник коммуникации и коммуникатор – одно и то же?

- А) да
- Б) нет

8) Передача в процессе коммуникации ценностей и норм деятельности это:

- А) когнитивный аспект коммуникации
- Б) эмотивный аспект коммуникации
- В) аксиологический аспект коммуникации

9) Массовая информация – это

- А) информация, которая рождается в массовой аудитории
- Б) информация, которая распространяется по массовым каналам
- В) информация, которая потребляется массовой аудиторией
- Г) информация, которая обладает обязательно всеми перечисленными признаками
- Д) информация, которая обладает хотя бы одним из перечисленных признаков

10) Какая функция средств массовой коммуникации может быть определена как «координация подсистем общества»

- А) информационная
- Б) регулирующая
- В) культурная
- Г) развлекательная
- Д) мобилизующая

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

- 1) Современная коммуникативная среда
- 2) Офсетная печать как развитие визуальной коммуникации
- 3) Современные методы информационного воздействия
- 4) Современные методы управления восприятием в интерактивных технологиях
- 5) Семиотика в графическом дизайне
- 6) Иллюстрация как художественная символическая система
- 7) Знаковые системы
- 8) Семиотика в рекламном плакате
- 9) Способы визуальной интерпретации абстрактного смыслового сюжета
- 10) Символические системы в иллюстрациях

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

1. Почему изменилось отношение к городскому пространству?
 2. Почему значимыми становятся «красивые места» в городе?
 3. Чем понятие «пиктограмма» отличается от «иероглифов»?
- Визуальное как первичный механизм трансляции традиции и социальных норм.
4. Визуальное конструирование реальности.
 5. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества.
 6. Концепции Теодора Адорно, Макс Хоркхаймера, Вальтер Беньямина.
 7. Проблематика визуального в работах Р. Арнхейма и М. Фуко.
 8. Визуальная культура и проблема идеологии.
 9. Эффекты и риски визуальной культуры.
 10. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.

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

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

1. Как мода отражает ключевые положения концепции о визуальных коммуникациях?
2. Почему визуальную культуру рассматривают также в рамках идеологии?
3. Что такое «социальный плакат»?
4. Инструменты визуальной коммуникации: зрительные, тактильные и мобильные.
5. Базовые принципы дизайна.
6. «Золотое сечение» в дизайне.
7. Анализ объемно-пространственной формы.
8. Архитектура как язык коммуникации.
9. Бионика в дизайне.
10. Искусство цвета и света в дизайне.

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

1. Стилизация в визуальных решениях.
2. Оптические иллюзии.
3. Абстрактные изображения.
4. Прикладные решения в дизайне.
5. Что такое эмотикон?
6. Что такое цветовое решение текста?
7. Эволюция визуальных коммуникаций: пиктографические рисунки, идеографическое письмо, иероглифическое письмо.
8. Инструменты для письма.
9. Дизайнерские решения в организации текста и его иллюстраций.

10. Культурные факторы восприятия текста и его иллюстраций.

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

1. Что такое пиктограмма?
2. В чем отличия леттеринга от каллиграфии?
3. Что такое функциональные требования?
4. Сферы прикладного проектирования визуальных коммуникаций.
5. Бизнес-рисунок в деловых коммуникациях.
6. Методы поэтапного перевода текста в образы, скрайбинг.
7. Когнитивные карты и майндмэппинг.
8. Разработка инфографики (задачи, правила, ограничения).
9. Фирменный стиль: концепция и этапы проектирования.
10. Визуальные коммуникации в маркетинге.