

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)**

«Разработка философии и стратегии развития дизайна бренда»

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

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

Форма обучения: *очная*

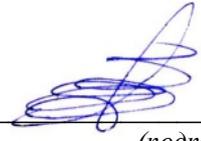
Идентификационный номер образовательной программы: 540401-03-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик(и):

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. Нейминг. Основы бренда.
2. Контрольный вопрос. Связь нейминга с дизайном.
3. Контрольный вопрос. Кто и как делает нейминг.
4. Контрольный вопрос. Как придумать название.
5. Контрольный вопрос. Как определить, что название получилось (соответствие поставленной задаче; охраноспособность; благополучие).
6. Контрольный вопрос. Зачем нужна регистрация.
7. Контрольный вопрос. Как продать название.
8. Контрольный вопрос. Сколько названий надо продать клиенту.
9. Контрольный вопрос. Нейминг – это искусство ли ремесло.
10. Контрольный вопрос. Товарный брендинг.
11. Контрольный вопрос. Коммуникации рекламного агентства с заказчиком на этапе обращения его в рекламное агентство и признание необходимости инициации проекта.
12. Контрольный вопрос. Определение цели и задач рекламного проекта.
13. Контрольный вопрос. Определение стратегии и конечных результатов.
14. Контрольный вопрос. Определение целевой аудитории.
15. Контрольный вопрос. Определение ожиданий сторон проекта, их интересов, влияния и ответственности.
16. Контрольный вопрос. Разработка оригинальной концепции.
17. Контрольный вопрос. Определение состава и объема работ рекламного проекта.
18. Контрольный вопрос. Определение потребностей проекта в ресурсах (план ресурсного обеспечения).
19. Контрольный вопрос. Анализ ключевых рисков и способов их минимизации.
20. Контрольный вопрос. Определение перечня элементов и технологий для контроля качества, критериев качества и эффективности рекламной кампании.

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

1. Контрольное задание. Процесс создания товарного брендинга на примере Authentica -

- эксклюзивный импортер профессиональных средств премиум – класса для заботы о волосах.
2. Контрольное задание. На примере разработки собственного товарного знака показать процесс создания и составить прогноз продвижения на рынке.
 3. Контрольное задание. На примере великих брендов провести анализ организации рекламной деятельности и основные программы планирования рекламных компаний.
 4. Контрольный вопрос. Как разрабатывался бренд Сочи 2014. Условия создания бренда, контекст рынка?
 5. Контрольный вопрос. Цвет как составляющая корпоративной идентификации и его влияние на подсознание потребителя.
 6. Контрольное задание. Проанализировать процесс создания корпоративного бренда (в качестве примера: город Пула (студия PARABUREAU, компания «Алютех» и др.
 7. Контрольное задание. На основе конкретных примеров показать процесс создания бренда (в качестве примера «Служба крови»).
 8. Контрольный вопрос. Из чего складывается маркетинговая среда фирмы?
 9. Контрольный вопрос. Что понимается под конъюнктурой рынка?
 10. Контрольный вопрос. Что относится к побудительным факторам маркетинга?
 11. Контрольный вопрос. Сущность и содержание брендинга.
 12. Контрольный вопрос. Создание бренда.
 13. Контрольный вопрос. Нейминг в брендинге.
 14. Контрольный вопрос. Позиционирование бренда.
 15. Контрольный вопрос. Управление портфелем бренда.
 16. Контрольный вопрос. Продвижение бренда.
 17. Контрольный вопрос. Капитализация бренда.
 18. Контрольный вопрос. Бренд-менеджмент.
 19. Контрольный вопрос. Роль бренд-менеджера в организации управления брендом.
 20. Контрольный вопрос. Традиционные и современные подходы к разработке организационных структур брендинга.

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

1. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Телекомфорт провайдер online.
2. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Крупы «Ярмарка платинум».
3. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Конфеты «Комильфо».
4. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Компания «Аутентика».
5. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Компания «РОСГИДРО».
6. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Компания «Reebok».
7. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Компания «Алютех».
8. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Компания «ADIDAS».
9. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Спорткомплекс «Курганово».
10. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Страховая компания AG2RLAMONDIALE.
11. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Канал DISCOVERY HISTORY.
12. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Театр Г. УТРЕХТА.
13. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Программа «Служба крови».
14. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Визуально-коммуникационная группа «Дизайн ДЕПО».
15. Контрольный вопрос. Анализ бренда: Агенство «Остров свободы».
16. Контрольный вопрос. Цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов.
17. Контрольный вопрос. Стратегические возможности брендинга.
18. Контрольный вопрос. Факторы развития структур управления брендами.

19. Контрольный вопрос. Виды брендов. Стратегическое значение брендов в корпоративном портфеле.
20. Контрольный вопрос. Архитектура 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. Контрольный вопрос. Организация НИР.
2. Контрольный вопрос. Организация проектных работ.
3. Контрольный вопрос. Планирование дизайнерской деятельности.
4. Контрольный вопрос. Основные этапы выполнения работ при дизайн-проектировании.
5. Контрольный вопрос. Составление план графика проектных работ.
6. Контрольный вопрос. Проектная стратегия.
7. Контрольный вопрос. Методы поиска идей (упорядоченный поиск, выявление визуальных несоответствий, классификация проектной информации).
8. Контрольный вопрос. Методология и методика дизайна.
9. Контрольный вопрос. Методика анализа изделий
10. Контрольный вопрос. Процесс дизайн-проектирования (подготовительная стадия, стадии: художественно-конструкторского предложения, художественно-конструкторского проекта, реализации художественно-конструкторской разработки).
11. Контрольный вопрос. Сущность категорий «бренд», «товарный знак», «товарная марка».
12. Контрольный вопрос. Виды брендов
13. Контрольный вопрос. Основные концепции и направления развития брендинга.
14. Контрольный вопрос. Основные этапы в развитии брендинга.
15. Контрольный вопрос. Современные тенденции брендинга.
16. Контрольный вопрос. Развитие брендинга в России.
17. Контрольный вопрос. Факторы, способствующие созданию и продвижению брендов в России.
18. Контрольный вопрос. Особенности и тенденции в развитии бренд-коммуникаций в России.
19. Контрольный вопрос. Процесс становления товара в качестве бренда.
20. Контрольный вопрос. Стадии и этапы брендинга.

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

1. Контрольный вопрос. Основы бренда. Субкультурная революция.
2. Контрольный вопрос. Бренд - самая спорная нематериальная материя нашего времени.
3. Контрольный вопрос. Основы бренда. Нейминг.
4. Контрольный вопрос. Социальная колористика и брендинг.
5. Контрольный вопрос. Государственный брендинг.
6. Контрольный вопрос. Корпоративный брендинг.
7. Контрольный вопрос. Российская система сертификации. Требования к промышленным образцам (виды промышленных образцов, комплект (набор) изделий, варианты изделий).

8. Контрольный вопрос. Система сертификации. Условия патентоспособности промышленного образца.
9. Контрольный вопрос. Брендинг событий.
10. Контрольный вопрос. Условия патентоспособности промышленного образца (существенные признаки промышленного образца, новизна, оригинальность, промышленная применимость решения, не признаваемые патентоспособными).
11. Контрольный вопрос. Принципиальная схема брендинга.
12. Контрольный вопрос. Обоснование мероприятий брендинга.
13. Контрольный вопрос. Основные модели и принципы создания бренда.
14. Контрольный вопрос. Атрибуты, преимущества, ценности, индивидуальность и суть бренда.
15. Контрольный вопрос. Качественные и количественные исследования в создании моделей бренда.
16. Контрольный вопрос. Стадия подготовки: аналитика и обоснование действий.
17. Контрольный вопрос. Проектирование бренда: создание наименования, креативные работы, подготовка рекламной кампании.
18. Контрольный вопрос. Стадия реализации: внедрение и поддержание бренда, мероприятия по увеличению силы бренда.
19. Контрольный вопрос. Азиатская и западная модели брендинга.
20. Контрольный вопрос. Преимущества и недостатки моделей брендинга.

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

1. Контрольный вопрос. Провести синтез возможных решений задачи по созданию знака для Trade Events.
2. Контрольный вопрос. Каковы подходы к дизайн-проектированию объектов Trade Events?
3. Контрольный вопрос. Какие существуют функциональные требования к рекламно-графическим материалам для Trade Events?
4. Контрольный вопрос. Что включает в себя эргономическая подсистема при проектировании POS-материалов для Trade Events?
5. Контрольный вопрос. Что включает в себя эстетическая подсистема при проектировании POS-материалов для Trade Events?
6. Контрольный вопрос. С помощью каких выразительных средств решаются художественно-образные задачи при дизайн проектировании?
7. Контрольный вопрос. Какие изделия составляют комплекс рекламной дизайн-продукции для презентации во время проведения рекламно-выставочного мероприятия?
8. Контрольный вопрос. Что включает в себя стадия сбора и анализа аналогового материала?
9. Контрольный вопрос. Что включают в себя составляющие бренда?
10. Контрольный вопрос. Что входит в брендбук?
11. Контрольный вопрос. Основные этапы создания архитектуры брендов.
12. Контрольный вопрос. Жизненный цикл бренда
13. Контрольный вопрос. Система суббрендов.
14. Контрольный вопрос. Маркетинговые инструменты в анализе стратегических возможностей и роли брендов.
15. Контрольный вопрос. Аудит бренда.
16. Контрольный вопрос. Бренд-трекинг.
17. Контрольный вопрос. Капитал бренда в модели Д. Аакера.

18. Контрольный вопрос. Модели и методы оценки стоимости бренда.
19. Контрольный вопрос. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления.
20. Контрольный вопрос. Методы стратегического, оперативного и административно-организационного бренд-менеджмента.