

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.08.2024 19:53:49
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОМУ ПРЕДМЕТУ
ОП.11 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Специальность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Направленность (профиль): Дизайн одежды и аксессуаров

Квалификация выпускника: Дизайнер

Уровень базового образования, обучающегося: Основное общее образование

Год набора: 2021

Автор – составитель: Одношовина Ю.В.

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств	3
1.1. Область применения	3
1.2. Планируемые результаты освоения компетенций	5
1.3. Показатели оценки результата по учебному предмету ОП.11 Дизайн и рекламные технологии	8
2. Задания для контроля и оценки результатов освоения умений и усвоения знаний.....	9
2.1. Задания для текущего контроля	9
2.2 Задания для промежуточной аттестации.....	13
3. Критерии оценивания.....	13

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся (далее – Фонд оценочных средств) предназначен для проверки результатов освоения учебного предмета ОП.11 Дизайн и рекламные технологии основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Учебный предмет ОП.11 Дизайн и рекламные технологии изучается в течение одного семестра. Форма аттестации по семестру:

Семестр	Форма аттестации
Восьмой	Экзамен

Фонд оценочных средств позволяет оценивать достижение обучающимися **общих и профессиональных компетенций**:

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 2.1. Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия.

ПК 2.2. Выполнять технические чертежи.

ПК 2.3. Выполнять экспериментальные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете или материале в соответствии с техническим заданием (описанием).

ПК 2.5. Разрабатывать эталон (макет в масштабе) изделия.

Личностные результаты реализации программы воспитания

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	ЛР 13
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	

Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 16
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 17
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 19
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 21
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 22
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	ЛР 23
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	ЛР 24
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	ЛР 25

В результате освоения учебного предмета ОП.11 Дизайн и рекламные технологии обучающийся должен

уметь:

- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;
- анализировать, опираясь на теоретическую базу, практическую деятельность в сфере рекламы;
- решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения учебного предмета ОП.11 Дизайн и рекламные технологии;
- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности;
- выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в рекламе;
- ориентироваться в терминах и определениях.

знать:

- определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы;
- сущность формирования ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару;
- особенности современного рынка рекламы;
- виды и специфику производства рекламы;
- особенности, достоинства и недостатки рекламы в прессе, радио, наружной и почтовой рекламы;
- понятие и роль художественного образа в рекламе;
- особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей.

1.2. Планируемые результаты освоения компетенций

В результате освоения программы учебного предмета ОП.11 Дизайн и рекламные технологии учитываются планируемые результаты освоения общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

Код компетенций	Содержание компетенции	Планируемые результаты освоения компетенций
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p>Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>Уметь: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>Знать: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>

ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<p>Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования</p> <p>Знать: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты</p>
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<p>Уметь: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p>Знать: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности</p>
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<p>Уметь: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> <p>Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения	<p>Уметь: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения</p> <p>Знать: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p>

ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<p>Уметь: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p> <p>Знать: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 2.1	Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия	<p>Уметь: разрабатывать технологическую и конфекционную карты авторского проекта; применять знания о закономерностях построения художественной формы и особенностях ее восприятия</p> <p>Знать: технологический процесс изготовления модели</p>
ПК 2.2	Выполнять технические чертежи	<p>Уметь: выполнять технические чертежи проекта для разработки конструкции изделия с учетом особенностей технологии и формообразующих свойств материалов</p> <p>Знать: технологические, эксплуатационные и гигиенические требования, предъявляемые к материалам</p>
ПК 2.3	Выполнять экспериментальные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете или материале в соответствии с техническим заданием (описанием)	<p>Уметь: реализовывать творческие идеи в макете; выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в материале на современном производственном оборудовании, применяемом в дизайн-индустрии</p> <p>Знать: ассортимент, особенности, свойства, методы испытаний и оценки качества материалов</p>
ПК 2.5.	Разрабатывать эталон (макет в масштабе) изделия	<p>Уметь: выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале в соответствии с техническим заданием (описанием); работать на производственном оборудовании</p> <p>Знать: технологии сборки эталонного образца изделия</p>

1.3. Показатели оценки результата по учебному предмету ОП.11 Дизайн и рекламные технологии

Содержание учебного предмета	Результаты обучения (ОК, ПК, ЛР)	Вид контроля	Наименование оценочного средства/форма контроля
8 семестр			
Тема 2. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Защита презентаций
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Защита исследования и презентации
Тема 4. Имажитивная реклама.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Просмотр творческих заданий выполненных на графических листах
Тема 5. Креативная реклама.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Просмотр творческих заданий выполненных на графических листах
Тема 6. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Законы гармоничной композиции.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Защита презентаций
Тема 7. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Просмотр творческих заданий выполненных на графических листах
Тема 8. Конструктивная структура рекламы	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Просмотр творческих заданий выполненных на графических листах
Тема 10. Особенности дизайна наружной рекламы. Брендинг и реклама.	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Просмотр творческих заданий выполненных на графических листах
Темы 1-10	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25	Промежуточный	Другие (проверка презентаций, оформленных графических листов, творческих заданий)

Система контроля и оценки результатов освоения умений и усвоения знаний

В соответствии с учебным планом по учебному предмету ОП.11 Дизайн и рекламные технологии предусмотрен текущий контроль во время проведения занятий и промежуточная аттестация в форме экзамена (проверка презентаций, оформленных графических листов, творческих заданий).

2. Задания для контроля и оценки результатов освоения умений и усвоения знаний

2.1. Задания для текущего контроля

Тема 2. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.

Практическое занятие №1

Задание №1 Анализ позиционирования товара в рекламе. Результаты оформляются в виде презентации.

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Анализ позиционирования товара в рекламе».

Объяснение задания и плана его выполнения

Проанализировать рекламную продукцию, выявить способы позиционирования и дать оценку удачным и неудачным примерам.

План:

1. Ознакомиться со способами позиционирования товаров в маркетинге.
2. Собрать в свободном доступе примеры рекламы разнообразной продукции.
3. Проанализировать способов позиционирования товаров в рекламе
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам.
5. Оформить презентацию, подготовить выступление.

Общие требования к презентации:

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;

Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы, разобранные в ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: видео, аудио фрагменты, таблицы, диаграммы, инфографику и т.д.

Последний слайд демонстрирует список ссылок на, используемые информационные ресурсы.

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа

Практическое занятие №2

Задание №1. Исследование на тему: «Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов».

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Механизм воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов».

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться со средствами композиции в дизайне.

2. Провести сопоставление композиционных приемов в дизайне и рекламе.
3. Собрать в свободном доступе примеры рекламы разнообразной продукции и определить на них композиционные приемы.
4. Проанализировать механизм воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов.
5. Дать оценку удачным и неудачным примерам.
6. Оформить презентацию, подготовить выступление.

Общие требования к презентации:

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;

Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы, разобранные в ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: видео, аудио фрагменты, таблицы, диаграммы, инфографику и т.д.

Последний слайд демонстрирует список ссылок на, используемые информационные ресурсы.

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 4. Имажитивная реклама

Практическое занятие №3

Задание №1. Анализ имажитивной рекламы. Механизм разработки. Творческое задание на тему: «Имажитивная реклама».

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Имажитивная реклама. Механизм разработки».

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться с имажитивной рекламой, принципами создания.
2. Собрать в свободном доступе примеры имажитивной рекламы разнообразной продукции, определить особенности создания.
3. Провести сопоставление имажитивной рекламы в разных областях продукции.
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам.
5. Разработать свои предложения по имажитивной рекламе. Оформить предложения в виде 2 графических листов формата А4, в цвете (задание выполняется по материалам предмета «Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)»)

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 5. Креативная реклама

Практическое занятие №4

Задание №1. Исследование на тему: Анализ креативной рекламы. Творческое задание: разработка концепта методом проекта.

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Креативная реклама. Технология разработки».

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться с креативной рекламой, технологией создания.
2. Собрать в свободном доступе примеры креативной рекламы разнообразной продукции, определить особенности создания.

3. Провести сопоставление отечественной и зарубежной креативной рекламы в разных областях продукции.
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам.
5. Разработать свои предложения по креативной рекламе. Оформить предложения в виде 2 графических листов формата А4, в цвете (задание выполняется по материалам предмета «Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)»)

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 6. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Законы гармоничной композиции.

Практическое занятие №5

Задание №1. Анализ контраста, нюанса, статики и динамики в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Оформление в виде графических листов с презентацией.

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Законы композиции в рекламе»

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться с законами композиции в дизайне.
2. Провести сопоставление законов композиции в дизайне и рекламе.
3. Собрать в свободном доступе примеры рекламы разнообразной продукции и определить применения законов композиции. Определить особенности создания, особенности воздействия на принятие положительного решения при покупке.
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам.
5. Разработать свои предложения с отражением законов композиции в рекламе. Оформить предложения в виде 3 графических листов формата А4, с применением контраста, нюанса, статики и динамики в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном (задание выполняется по материалам предмета «Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)»).
6. Подготовить презентацию.

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 7. Цвет и цветовые гармонии в рекламе

Практическое занятие №6

Задание №1. Анализ цвета в рекламе, методом проекта. Разработка мудборда по заданной теме. Разработка творческого задания на тему: «Цвет в рекламе».

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Цвет в рекламе»

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться с теорией цвета. Применением цвета в рекламной индустрии.
2. Собрать в свободном доступе примеры цветового решения рекламы разнообразной продукции, определить особенности создания, особенности воздействия цвета на принятие положительного решения при покупке.
3. Определить ценовое позиционирование товара через применение цвета.
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам.

5. Разработать свои предложения по цвету в рекламе. Разработать мудборд по заданной теме в цвете. Оформить предложения в виде 3 графических листов формата А4, в родственной, родственно-контрастной и контрастной гамме (задание выполняется по материалам предмета «Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)»)

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 8. Конструктивная структура рекламы.

Практическое занятие №7

Задание №1. Способы выделения элементов. Выполнение творческого задания на тему: «Конструктивная структура рекламы»

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Структурные элементы рекламы»

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться со структурными элементами рекламы в дизайне.
2. Провести сопоставление основных схем композиции в дизайне и рекламе.
3. Собрать в свободном доступе примеры рекламы разнообразной продукции, определить применения композиционных схем, способы выделения элементов, особенности воздействия на принятие положительного решения при покупке.
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам.
5. Разработать свои предложения с отражением законов композиции в рекламе. Оформить предложения в виде 3 графических листов формата А4, с применением композиционного, смыслового, оптического центра, доминанта композиции (задание выполняется по материалам предмета «Дизайн-проектирование») (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве).

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

Тема 10. Особенности дизайна наружной рекламы. Брендинг и реклама.

Практическое занятие №8

Задание №1. Графическая разработка вариантов рекламы для выбранной фирмы, с предложениями по продвижению продукта методом проекта. Оформление в виде графических листов и доклада

ХОД ЗАНЯТИЯ:

Цель: Закрепление теоретических знаний на практике.

1. Повторение лекционного материала

2. Выполнение задания на тему: «Определение и создание бренда»

Объяснение задания и плана его выполнения

1. Ознакомиться с современным брендингом.
2. Провести сопоставление рекламных идей в брендинге
3. Собрать в свободном доступе примеры стратегии на различных стадиях существования бренда. Определить особенности создания, особенности воздействия на принятие положительного решения при покупке.
4. Дать оценку удачным и неудачным примерам фирменного стиля по различным направлениям продукции.
5. Проанализировать принципы разработки рекламных компаний.
6. Разработать свои предложения с отражением сферы деятельности компании в брендинге. Оформить предложения в виде графических листов формата А4 (задание выполняется по материалам предмета «Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)»).

Подготовить доклад на тему: Принципы разработки рекламных кампаний.

3. Работа обучающихся на занятии с консультацией преподавателя.

2.2 Задания для промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проходит в виде комбинированной проверки презентации, оформленных графических листов и творческих заданий.

3. Критерии оценивания

Критерии оценивания творческих заданий работы обучающихся

Оценка **«отлично»** - обучающийся сделал задание правильно и в полном объеме, работа выглядит чисто и аккуратно.

Оценка **«хорошо»** – обучающийся выполнил задание в полном объеме, но допустил легкую небрежность в работе.

Оценка **«удовлетворительно»** – обучающийся частично выполнил задание, небрежно его оформил.

Оценка **«неудовлетворительно»** – задание не выполнено, либо имеются принципиальные ошибки.

Критерии оценивания презентаций

Оценка **«отлично»** - обучающимся тщательно проработана тема презентации, он отлично владеет фактическим материалом; способен свободно выражать свои мысли, адекватно используя разнообразные языковые средства с целью выделения релевантной информации; речь сопровождается слайдами, демонстрирующими владение навыками работы с компьютером; обучающийся уверенно отвечает на вопросы аудитории.

Оценка **«удовлетворительно»** - обучающийся недостаточно хорошо знает материал, не может грамотно излагать мысли; неуверенно отвечает на вопросы аудитории с ошибками; содержание высказывания соответствует теме презентации, но отсутствует какая-либо дополнительная поддержка.

Оценка **«неудовлетворительно»** - обучающийся не ориентируется в теме презентации, не может ответить на вопросы, допускает много ошибок.

Структура доклада и презентации:

- количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов)
- наличие титульного слайда и слайда с выводами

Наглядность презентации:

- иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается
- используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)

Дизайн:

- оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления

Содержание:

- презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы)
- содержит полную, понятную информацию по теме работы
- орфографическая и пунктуационная грамотность

Требования к выступлению:

- выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал
- выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории
- выступающий точно укладывается в рамки регламента (7 минут)

Критерии оценивания промежуточной аттестации

Общая оценка формируется из оценок за практические работы и творческие задания.

Оценка «отлично»:

1. Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов и отражено в представленных работах,
2. Необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы,
3. Все задачи, предусмотренные учебным предметом, выполнены,
4. Творческие задания демонстрируют креативность мышления, оригинальность и нестандартность решения в выполнении задания,
6. Практические работы выполнены на очень высоком уровне и в полном объеме.

Оценка «хорошо»:

1. Темы заданий раскрыты в полном объеме и на хорошем уровне,
2. Необходимые практические навыки работы с материалом в основном сформированы,
3. Отсутствуют существенные ошибки, но в итоговом проекте содержатся несущественные недочеты,
4. В творческих заданиях некоторые навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно,
5. Практические работы представлены не в полном объеме.

Оценка «удовлетворительно»:

1. Теоретическое содержание курса отражено в практических работах и освоено частично, но пробелы не носят существенного характера,
2. Необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы,
3. Предусмотренные программой обучения задания выполнены,
4. Темы раскрыты в не полном объеме, но в большей степени, на среднем уровне,
5. В практических работах отсутствуют некоторые существенные художественные аспекты или встречается случайный материал.

Оценка «неудовлетворительно»

1. Теоретическое содержание курса не освоено.
2. Объем представленного практического материала не соответствует необходимому количеству,
3. Необходимые практические навыки работы не сформированы,
4. В практических заданиях присутствуют принципиальные ошибки или задания не выполнены.