

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекламы и дизайна
Тулупов В.В.

24.05.2018 г.

**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Код и наименование ПМ в соответствии с Учебным планом

42.02.01 «Реклама»

Шифр и наименование специальности

Гуманитарный

Профиль подготовки (технический, естественнонаучный, социально-экономический, гуманитарный)

Специалист по рекламе

Квалификация выпускника

Очная

Форма обучения

Учебный год: 2018 / 2019

Семестр(ы): 3,4

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 24.05.2018 № 5

Составители программы: Гончаров М.В. – преп. каф. рекламы и дизайна ВГУ

Матвеечева Л.М. – пред. каф. рекламы и дизайна ВГУ

Хорошунова И.В. – преп. каф. стилистики и лит. редактирования ВГУ

Гончаров В.В. – преп. каф. рекламы и дизайна ВГУ

Маслов А.С. – доцент каф. рекламы и дизайна ВГУ

2018 г.

Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности специалиста по рекламе – «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОП в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен». Решение комиссии заносится преподавателем в зачетную книжку обучающегося по пятибалльной системе (кроме «неудовлетворительно») и экзаменационную ведомость (в т.ч. и «неудовлетворительно»).

1. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 1

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	Экзамен
МДК. 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	Экзамен
МДК 01.03. Язык рекламы	Дифференцированный зачёт
МДК 01.04. Композиция, шрифтовая и художественная графика	Экзамен
МДК.01.05. Фотодизайн и техника фотографии	Дифференцированный зачёт
УП.01.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Зачёт
ПП.01.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Дифференцированный зачёт
ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта	Экзамен квалификационный

2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

2.1. Профессиональные и общие компетенции

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 1

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
ПК-1.1 Осуществлять поиск рекламных идей. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-	Самостоятельное осуществление поиска рекламных идей, используя методы психологического воздействия на потребителя. Организация собственной деятельности для осуществления рекламной идеи, проведение оценки эффективности собственной деятельности, используя методы проектирования рекламного продукта, имея практический опыт создания визуального образа с рекламными функциями. Умелое использование информационно-

<p>коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>коммуникативных технологий для поиска информации при реализации рекламной идеи. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Успешное выполнение художественного эскиза и применение оптимальных изобразительных средств рекламы при осуществлении рекламной идеи, используя выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. Самостоятельный выбор методов и способов эскизирования для осуществления рекламной идеи, используя различные информационно-коммуникативные технологии. Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного роста. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Грамотная разработка авторского рекламного проекта , разрабатывая композиционное решение рекламного продукта, выбирая художественную форму реализации рекламной идеи, используя информационно-коммуникативные технологии. Поиск информации и использование информационно-коммуникативных технологий при выборе идеи для авторского рекламного проекта. Организация собственной деятельности и выбор типовых методов и способов разработки авторского рекламного проекта, оценивая его эффективность и качество, используя основные приемы и принципы составления рекламного текста. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Грамотное составление и оформление текстов рекламных объявлений, используя приемы и принципы составления рекламного текста. Использование информационно-коммуникативных технологий при составлении и оформлении текстов рекламных объявлений. Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, в частности при создании рекламного продукта. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Создание визуального образа с рекламными функциями, используя выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы, композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе. Самостоятельный выбор методов и способов при создании визуального образа. Осуществление поиска информации и использование информационно-коммуникативных технологий при создании визуального образа. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>

ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	
ОК-1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Самостоятельный выбор студента своей будущей профессии в сфере журналистики, проявление к ней устойчивого интереса. Верное определение задач будущей профессии и методов их осуществления.
ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Быстрая оценка стандартных и нестандартных ситуаций. Самостоятельное осуществление действий для решения различных ситуаций. Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.
ОК-6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ОК-7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Успешная работа в коллективе и команде. Правильная постановка задач и их оценка при общении с коллегами, руководством, потребителями. Проявление ответственности за действия членов команды (подчиненных). Проявление ответственности за результат выполнения задания.
ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Корректное определение задач профессионального и личностного развития. Самостоятельное изучение новых направлений и инноваций в профессии. Проявление желания повысить свою квалификацию.
ОК-10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Успешное владение основами предпринимательской деятельности и применение этих основ в профессиональной деятельности.
ОК-11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Корректное проявление экологической, информационной и коммуникативной культуры, базовых основ общения на иностранном языке.

2.2. Требования к курсовой работе (проекту) как части экзамена квалификационного

Основные требования:

Требования к структуре и оформлению проекта (работы).

Курсовая работа должна:

- носить характер самостоятельного исследования, выполненного лично студентом;
- представлять собой научную разработку конкретной практической проблемы в области проектирования рекламного продукта;
- базироваться на фундаментальных трудах исследователей общих и специальных вопросов теории и практики рекламы;
- содержать конкретные научные выводы и предложения по дальнейшему развитию исследуемой проблемы;
- иметь все необходимые и неотъемлемые атрибуты и соответствующую структуру.

Объем курсовой работы должен быть в пределах 25-35 страниц, набранного компьютером (без приложений), формата А4 машинописного текста.

Тема, объект и предмет исследования, умение студента работать со специальной литературой определяют структурные особенности курсовой работы, которая должна быть выполнена по единой схеме. Требования единства относятся только к форме построения основных структурных частей курсовой работы, но не к содержанию. Курсовая работа должна состоять из следующих структурных частей (разделов):

- титульный лист;
- содержание;
- введение (2 с.);
- теоретико-методологический раздел (10-12 с.);
- аналитический раздел (10-12 с.);
- разработанный рекламный продукт, рекламные мероприятия, рекомендации по совершенствованию рекламы предприятия (фирмы, организации) (10-12 с.);
- заключение (2-3 с.);
- список использованных источников (20-25 работ);
- приложения

Титульный лист является первой страницей курсовой работы и заполняется по строго определенным правилам

Текст работы должен быть отпечатан на компьютере на одной стороне белой бумаги размером 210×297 (формат А 4), шрифтом Times New Roman, кегль не менее 12; межстрочный интервал полуторный; отступ абзаца 1,25 см; автоматическая расстановка переносов, выравнивание текста - по ширине. Размеры полей: левое – не менее 30 мм; правое – не менее 10 мм; верхнее – не менее 20 мм; нижнее – не менее 20 мм.

В содержании указываются «ВВЕДЕНИЕ», номера и названия разделов, подразделов (параграфов), «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» и «ПРИЛОЖЕНИЯ», а также страницы, на которых эти разделы размещены.

Текст основной части курсовой работы делят на разделы, подразделы (параграфы), пункты и подпункты. Разделы должны иметь сквозную нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами. Каждый раздел следует начинать с нового листа (страницы). После номера раздела точку не ставят.

Подразделы (параграфы) следует нумеровать арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела, в который входит данный подраздел, и порядкового номера этого подраздела, разделенных точкой (например: первый подраздел второго раздела – 2.1). После номера подраздела точку не ставят.

Пункты нумеруют в пределах каждого подраздела. Номер пункта состоит из номера раздела, подраздела и пункта, разделенных точками (например: второй пункт первого подраздела первого раздела – 1.1.2). После номера пункта точку не ставят.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты должны иметь заголовки, отражающие их содержание.

Страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами по центру в верхней части листа без точки. Нумерация – сквозная, начинается с титульного листа. Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию, но номер на титульном листе не ставится

Цифровой материал рекомендуется помещать в работе в виде таблиц.

Все иллюстрации (графики, схемы, диаграммы, чертежи, фотографии и пр.), должны быть расположены в курсовой работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в курсовой работе. Рисунки нумеруются последовательно в пределах всей курсовой работы арабскими цифрами. Допускается нумерация в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

При ссылке на источник после упоминания о нем в тексте курсовой работы просят номер (в квадратных скобках), под которым он значится в библиографическом списке. В необходимых случаях (обычно при использовании цифровых данных или цитаты) указываются и страницы, на которых помещаются используемые данные, например: [12, с. 4-5]. Ссылки на таблицы, рисунки, приложения берутся в круглые скобки.

Список использованных источников, имеющих порядковую нумерацию, приводится автором в конце работы. Библиографический список оформляется в соответствии с

ГОСТ 7.1-2003 «Библиографические записи. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Сведения об источниках следует нумеровать арабскими цифрами и печатать с абзацного отступа. Библиография оформляется на том языке, на котором опубликован или написан сам источник.

Требования к защите проекта (работы).

Курсовая работа должна быть представлена руководителю не позднее, чем за десять дней до назначенного срока защиты.

При защите курсовой работы студентом должна использоваться слайдовая презентация для визуализации материала.

При защите курсовой работы оценивается:

1. глубокая теоретическая проработка исследуемых проблем на основе анализа используемых источников;
2. инициатива и творческий подход к разработке темы;
3. аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций;
4. литературное, логически последовательное и самостоятельное изложение материала;
5. оформление материала в соответствии с установленными требованиями.

Показатели оценки курсовой работы (проекта)

Таблица 2

Коды и наименования проверяемых компетенций или их сочетаний	Показатели оценки результата	Оценка
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Степень раскрытия темы. Полнота охвата литературы. Аккуратность и внимательность при выполнении работы	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Наличие и качество выводов в заключении. Соблюдение сроков выполнения, своевременность сдачи. Качество оформления, соответствие требованиям методических указаний.	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Применение теоретических знаний Последовательность и логика изложения материала.	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Правильность изложения целей и задач курсовой работы Качество оформления, соответствие требованиям методических указаний	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)

Показатели оценки защиты курсовой работы (проекта)

Таблица 3

Коды и наименования проверяемых компетенций или их сочетаний	Показатели оценки результата	Оценка
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые ме-	Правильность оформления работы	Шкала оценки (3 «удовлетворительно»,

тоды и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Полнота раскрытия темы Содержательность выводов и рекомендаций Соблюдение сроков выполнения курсовой работы (проекта)	4 «хорошо», 5 «отлично»
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Полнота списка использованной литературы Презентация курсовой работы (проекта)	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК

3.3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК 01.01: Художественное проектирование рекламной продукции

Задание 1: Групповое творческое задание №1

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.1-1.3. Фирменный стиль

Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.5, ОК-1-ОК-8.

Текст задания:

«Самопрезентация»

Студентам необходимо разработать слоган к фотографии жанра «Портретная съемка».

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнено задание в заданном формате, слоган полностью соответствует задаче, съемка портрета выполнена со всеми условиями
- оценка «хорошо» выставляется, если выполнено задание в заданном формате, слоган требует смысловой корректировке, съемка портрета выполнена с незначительными погрешностями
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если выполнено задание в не заданном формате, слоган частично соответствует задаче, съемка портрета выполнена с грубыми ошибками
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если выполнено задание в не заданном формате, слоган не соответствует задаче, съемка портрета выполнена с грубыми ошибками.

Задание 2: Курсовая работа на тему «Карманный календарь»

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.1-1.4. Фирменный стиль

Проверяемые компетенции: ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.5, ОК-2, ОК-4, ОК-5.

Текст задания:

Студентам необходимо разработать лицевую художественную часть карманного календаря. Каждому студенту предлагается выбор художественной составляющей лицевой стороны карманного календаря.

Основной целью курсовой работы является формирование у студентов комплекса знаний и навыков по дисциплине «Художественное проектирование рекламного продукта», необходимых для разработки рекламного продукта и его художественного образа, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие.

Проверяемые результаты обучения:

- ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
- ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты
- ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Задание 3: Групповое творческое задание №2

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.5.. Типографика. Основные носители элементов.

Проверяемые компетенции: ПК-1.4, ОК-9, ОК-10

Текст задания:

«Шрифтовой плакат»

Используя одни и те же буквы, составить композиции на плакате в разных стилях.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнено задание в заданном формате, стилистика шрифта полностью соответствует поставленной задаче, композиция плаката соблюдена грамотно
- оценка «хорошо» выставляется, если выполнено задание в заданном формате, стилистика шрифта частично соответствует поставленной задаче, композиция плаката соблюдена грамотно
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если выполнено задание в заданном формате, стилистика шрифта не полностью соответствует поставленной задаче, композиция плаката соблюдена неграмотно
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если выполнено задание в не заданном формате, стилистика шрифта не соответствует поставленной задаче, композиция плаката отсутствует

Задание 4: Групповое творческое задание №3

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.6. Печатная продукция. Шрифт как средство коммуникации.

Проверяемые компетенции: ПК-1.3, ОК-9, ОК-10, ОК-11

Текст задания:

«Круг Иттона»

Студентам предлагается грамотно расположить цвета в соответствии с системой и законами.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнено задание в заданном формате, показано глубокое знание цвета и его законов, грамотно построена векторная модель
- оценка «хорошо» выставляется, если выполнено задание в заданном формате, показано хорошее знание цвета и его законов, грамотно построена векторная модель, с небольшими погрешностями

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если выполнено задание в заданном формате, показано слабое знание цвета и его законов, неграмотно построена векторная модель
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если выполнено задание в не заданном формате, показано отсутствие знания цвета и его законов, неверно построена векторная модель

3.3.2. Типовые задания для оценки освоения МДК. 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта

Задание 1: Доклад/сообщение

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 2.1. Основы рекламной деятельности.

Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ОК-2, ОК-4

Текст задания:

Подготовьте доклад / сообщение на тему «Реклама в лицах»

Нужно выбрать из двух списков одного рекламиста, подготовить про него сообщение.

Требования к докладу (5-7 минут).

1. Фотография или несколько.
2. Краткая биографическая справка. Когда родился, образование, как пришел в рекламу.
3. Основные рекламные проекты. Они должны быть известными.
4. Взгляд профессионала на рекламную деятельность, его личное отношение к рекламе. Его высказывания о рекламе.

Отечественные рекламисты

1. Владимир Евстафьев
2. Борис Еремин
3. Юрий Заполь
4. Эдуард Морадпур
5. Юрий Грымов
6. Игорь Лутц
7. Иван Чимбуров
8. Владимир Перепелкин
9. Ярослав Чеважевский
10. Тимур Бекмамбетов
11. Игорь Ганжа
12. Кирилл Смирнов
13. Тинатин Баркалая
14. Сергей Коптев
15. Самвел Аветисян

Зарубежные рекламисты

1. Россер Ривз
2. Уильям Бернбах
3. Дэвид Огилви
4. Альберт Лэскер
5. Джорж Геллап
6. Жак Сегела
7. Джеки Траут
8. Лео Барнетт
9. Фредерик Бекбедер
10. Раймонд Рубикам
11. Брюс Бартон

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задания подготовлены своевременно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задания подготовлены своевременно, но не в полной мере соответствуют требованиям;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задания не в полной мере соответствуют требованиям и выполнены несвоевременно
- оценка «неудовлетворительно», если студент не выполнил задания.

Задание 2: Групповое творческое задание

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 2.2. Фирменный стиль.

Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-6.

Текст задания:

1. Студенты делятся на 2 группы. Каждая группа разрабатывает фирменный стиль для несуществующих товаров (придумать название товара, слоган, логотип и т.д.).

Примеры товаров:

Луковое варенье довольно необычное и очень полезное лакомство. Довольно часто его употребляют как соус, подают к мясным блюдам. Но это еще и отличное средство от кашля, которое можно употреблять как десерт к чаю.

Галоши для женской обуви на каблуке. Она закрывает низ туфли и пряжка или другой декоративный элемент не станет помехой, для ботильонов или полусапожек на каблуке, включая замшевые – самые чувствительные к слякоти. Новые галоши, чей дизайн в точности повторяет очертания модных туфель, имеют прорезь для каблуков и выпускаются самых разных оттенков. Теперь любая модница может носить «шпильки» даже в сырую и дождливую погоду, не боясь за сохранность обуви.

Часы для фитнеса с измерением пульса, калорий, секундомером и будильником - это индивидуальный тренер в спортзале. Часы для фитнеса - помогут точно распределить спортивную нагрузку и отследить текущие показатели, потраченные калории, интенсивность и длительность занятий.

2. Разработка рекламной компании по продвижению вышеназванных товаров

3. Работа с брифом (составление брифа)

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он знает основной материал дисциплины и умеет самостоятельно его использовать для решения задач, проявляет творческую инициативу, активно работает в группе.
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он знает большую часть материала дисциплины и умеет самостоятельно его использовать для решения задач, проявляет творческую инициативу, работает в группе.
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если имеет представления об основных материалах дисциплины, работает в группе.
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не имеет практических навыков, не проявляет себя в работе группы.

Задание 3: Индивидуальное творческое задание

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 2.3. Создание рекламного продукта

Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.4, ОК-5-ОК-7

Текст задания:

Написать дома рекламную статью в газету, цель которой убедить потребителя в необходимости купить предложенный продукт. Объем – 3000-6000 знаков с пробелами. Название и слоган должны быть выбраны из тех, которые были разработаны в творческих группах.

На практических занятиях провести презентацию своей статьи.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет терминологическим аппаратом, материал в большей степени рассказывается, а не читается, соблюдает временной регламент, ориентируется в теме, свободно отвечает на вопросы;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он владеет теорией вопроса, материал в большей степени читается, чем рассказывается, соблюдает временной регламент, при ответах на некоторые вопросы испытывает затруднения;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, материал зачитывается, не соблюдает временной регламент, студент не может ответить на большинство вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если содержание статьи не соответствует теме.

Задание 4: Тест

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 2.1 Основы рекламной деятельности

Тема 2.2 Фирменный стиль

Тема 2.3 Создание рекламного продукта


Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.4, ОК-2-ОК-4, ОК-10

Текст задания:

В заданиях необходимо выбрать один верный вариант ответа или вставить пропущенное слово/фразу.

Вариант 1

- 1) В формулировке ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная...
 - (a) целевой аудитории
 - (b) потребителям
 - (c) неопределенному кругу лиц
 - (d) гражданам
- 2) Реклама, направленная на снижение имиджа фирмы, товара, услуги – это...
 - (a) ненадлежащая реклама
 - (b) неэтичная реклама
 - (c) недобросовестная реклама
 - (d) скрытая реклама
 - (e) антиреклама
- 3) Тип рекламодателей, которые фактически производят товар или предоставляют услугу и распределяют ее торговцам или конечным пользователям, извлекая прибыль:
 - (a) торговцы
 - (b) изготовители
 - (c) индивиды
 - (d) учреждения
- 4) К постоянным элементам фирменного стиля НЕ относится:
 - (a) товарный знак
 - (b) джингл
 - (c) слоган

- (d) цвет
- 5) В фирменный блок НЕ входит:
- (a) товарный знак
 - (b) полное наименование предприятия
 - (c) корпоративная легенда
 - (d) почтовые и банковские реквизиты
- 6) Заказчиком рекламы является:
- (a) рекламодатель
 - (b) рекламное агентство
 - (c) потребитель
 - (d) типография
- 7)  Этот товарный знак:
- (a) словесный
 - (b) изобразительный
 - (c) комбинированный
 - (d) объемный
- 8) В буквальном переводе понятие «логотип» обозначает:
- (a) словесная часть товарного знака
 - (b) изобразительный товарный знак
 - (c) комбинированный товарный знак
 - (d) объемный товарный знак
- 9) К преимуществам прямой почтовой рекламы НЕ относят:
- (a) географический охват
 - (b) адресность
 - (c) возможность оценки результативности рекламной кампании
 - (d) неоднократное обращение к рекламе
- 10) К печатной (полиграфической) рекламе относится:
- (a) визитная карточка
 - (b) билборд
 - (c) световая вывеска
 - (d) баннер
- 11) Сброшюрованное или переплетённое издание, содержащее систематизированный перечень большого числа товаров:
- (a) проспект
 - (b) каталог
 - (c) буклет
 - (d) плакат
- 12) Исторически первая форма массовой рекламы:
- (a) рекламные сувениры
 - (b) реклама в газетах
 - (c) устная реклама
 - (d) наружная реклама
- 13) К достоинствам журнальной рекламы относится:
- (a) быстрота использования
 - (b) дешевизна
 - (c) расчет на узкие специализированные группы
 - (d) всеохватность
- 14) Рекламные объявления, заимствующие жанры и формы подачи у журналистики:
- (a) информационно-образная реклама
 - (b) реклама усложненных форм
 - (c) прямая реклама

- (d) модульная реклама
- 15) К недостаткам газетной рекламы относят:
- (a) короткий жизненный цикл
 - (b) невозможность охвата широких целевых аудиторий
 - (c) сложность технологии производства
 - (d) невозможность быстрого осуществления охвата
- 16) К шрифтовым выделениям НЕ относится:
- (a) смена гарнитуры
 - (b) подчеркивание
 - (c) набор прописными буквами
 - (d) повышение (понижение) кегля
- 17) К достоинствам телевизионной рекламы относится:
- (a) массовый охват потенциальных потребителей
 - (b) охват стабильных по составу аудиторий
 - (c) экономичность
 - (d) кратковременность
- 18) Ролик, в котором демонстрируется товар в сопровождении дикторского текста, или о достоинствах товара говорит персонаж ролика:
- (a) прямая продажа
 - (b) драматизация
 - (c) интервью с покупателем
 - (d) анимация
- 19) К достоинствам радио как рекламоносителя НЕ относится:
- (a) повсеместность
 - (b) оперативность
 - (c) вездесущность
 - (d) престижность
- 20) К достоинствам рекламы в интернете НЕ относится:
- (a) низкая стоимость контакта
 - (b) возможность подачи графики с дополнительными эффектами
 - (c) высокая степень влияния
 - (d) возможность измерить эффект от рекламы
- 21) Рекламные материалы, распространителями которых является сама целевая аудитория:
- (a) продакт-плейсмент
 - (b) вирусная реклама
 - (c) спонсорская реклама
 - (d) недобросовестная реклама
- 22) К недостаткам наружной рекламы НЕ относится:
- (a) зона действия рекламного объявления ограничена зоной его видимости
 - (b) трудно проанализировать эффективность
 - (c) сложности размещения (нельзя размещать наружную рекламу на крыше здания, на столбе уличного освещения и т.д.)
 - (d) конструкции портятся под воздействием внешних факторов
- 23) К достоинствам рекламы на местах продаж НЕ относится:
- (a) заметность
 - (b) максимальная приближенность к товару
 - (c) большая продолжительность действия
 - (d) решение задач по оформлению торгового пространства
- 24) Пропорционально увеличенная в несколько раз реально существующая упаковка конкретного товара:
- (a) джумби
 - (b) воблер

(с) шелфтокер

(d) стикер

25) Реклама – это

26) Приведите пример:

а) Слогана-миссии

б) Связанного
на

слога-

27) Самое эффективное время для размещения рекламы на телевидении/радио называется

28) Приём неявной рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх и т.д.- имеет реальный коммерческий аналог называется

29) Перечислите все известные Вам элементы, входящие в структуру газетно-журнального модульного объявления

Вариант 2

1. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ – это..

- а. ненадлежащая реклама
- б. неэтичная реклама
- с. недобросовестная реклама
- д. недостоверная реклама
- е. антиреклама

2. Реклама, не обозначенная как таковая, размещенная под видом информационного, редакционного или авторского материала, закамуфлированная под личное сообщение или иную нерекламную информацию - это...

- а. ненадлежащая реклама
- б. неэтичная реклама
- с. недобросовестная реклама
- д. скрытая реклама
- е. антиреклама

3. Тип рекламодателей, которые распределяют продукцию изготовителей, направляя ее в другие торговые точки или конечному пользователю:

- а. торговцы
- б. изготовители
- с. индивиды
- д. учреждения

4. К постоянным элементам фирменного стиля НЕ относится:

- а. товарный знак
- б. шрифт
- с. слоган
- д. рекламный персонаж

5. Заказчиком рекламы является:

- а. рекламодатель
- б. рекламное агентство
- с. потребитель
- д. типография

6. В фирменный блок НЕ входит:

- а. товарный знак

- b. полное наименование предприятия
- c. корпоративная легенда
- d. почтовые и банковские реквизиты



7. Этот товарный знак:
- a. словесный
 - b. изобразительный
 - c. комбинированный
 - d. звуковой
8. Что означает свойство товарного знака «универсальность, технологичность»?:
- a. ТЗ должен иметь оригинальное начертание
 - b. ТЗ должен быть адаптирован под культуру определенной страны
 - c. ТЗ должен хорошо выглядеть в любом масштабе, а также как в цветном, так и в черно-белом исполнении
 - d. ТЗ должен быть лаконичным
9. Что НЕ относится к принципам создания прямой почтовой рекламы:
- a. в прямой почтовой рекламе следует давать гарантии покупателю
 - b. в прямой почтовой рекламе абзацы должны быть короткими, следует использовать крупный шрифт и широкие поля
 - c. в тексте письма можно использовать иностранные слова и термины
 - d. в прямой почтовой рекламе следует обращаться к конкретному потребителю
10. К печатной (полиграфической) рекламе относится:
- a. визитная карточка
 - b. билборд
 - c. световая вывеска
 - d. баннер
11. Сброшюрованное или переплетённое издание, содержащее информацию для партнеров и специалистов (слово руководителя, историю компании, достижения и т.д.)
- a. проспект
 - b. каталог
 - c. буклет
 - d. афиша
12. Исторически первая форма массовой рекламы:
- a. рекламные сувениры
 - b. реклама в газетах
 - c. устная реклама
 - d. наружная реклама
13. К недостаткам газетной рекламы относят:
- a. короткий жизненный цикл
 - b. невозможность охвата широких целевых аудиторий
 - c. сложность технологии производства
 - d. невозможность быстрого осуществления охвата
14. Рекламные объявления, заимствующие жанры и формы подачи у журналистики:
- a. информационно-образная реклама
 - b. реклама усложненных форм
 - c. прямая реклама
 - d. модульная реклама
15. К достоинствам журнальной рекламы относится:
- a. быстрота использования
 - b. дешевизна

- c. расчет на узкие специализированные группы
 - d. всеохватность
16. К нешрифтовым выделениям НЕ относится:
- a. использование выворотки
 - b. подчеркивание
 - c. увеличенный интерлиньяж
 - d. смена гарнитуры
17. К достоинствам телевизионной рекламы относится:
- a. массовый охват потенциальных потребителей
 - b. охват стабильных по составу аудиторий
 - c. экономичность
 - d. кратковременность
18. Сюжет рекламного ролика строится таким образом, когда герой находит решение проблемы в рекламируемом товаре и становится счастливым:
- a. прямая продажа
 - b. демонстрация товара и сравнение
 - c. драматизация
 - d. обращение от лица фирмы
19. К специальным звуковым эффектам в радиорекламе можно отнести:
- a. голос диктора
 - b. голос актера
 - c. фоновую музыку
 - d. звук заводящейся машины
20. Рекламные материалы, распространителями которых является сама целевая аудитория:
- a. продакт-плейсмент
 - b. вирусная реклама
 - c. спонсорская реклама
 - d. недобросовестная реклама
21. К недостаткам наружной рекламы НЕ относится:
- a. зона действия рекламного объявления ограничена зоной его видимости
 - b. трудно проанализировать эффективность
 - c. сложности размещения (нельзя размещать наружную рекламу на крыше здания, на столбе уличного освещения и т.д.)
 - d. конструкции портятся под воздействием внешних факторов
22. К достоинствам рекламы в интернете НЕ относится:
- a. низкая стоимость контакта
 - b. возможность подачи графики с дополнительными эффектами
 - c. высокая степень влияния
 - d. возможность измерить эффект от рекламы
23. К достоинствам сувенирной рекламы НЕ относится:
- a. благоприятный имидж организации-дарителя
 - b. большая продолжительность действия
 - c. широкий охват аудитории
 - d. носителями рекламы выступают полезные вещи
24. Подвешенный на тонкой ножке указатель товара:
- a. джумби
 - b. воблер
 - c. шелфтокер
 - d. стикер
25. Реклама – это
-

26.Приведите пример:

а. Свободного

слогана

б. Имиджевого

слогана

27.Короткая музыкальная фраза, используемая для оформления теле- и радио-рекламы называется

28.Самое эффективное время для размещения рекламы на телевидении/радио называется

29.Перечислите все известные Вам элементы, входящие в структуру газетно-журнального модульного объявления

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он допустил не более двух ошибок;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он допустил не более пяти ошибок
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он допустил не более десяти ошибок
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он допустил более десяти ошибок

Задание 4: Индивидуальное творческое задание

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 2.4. Рекламная кампания

Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ОК-3, ОК-8

Текст задания:

Студентам необходимо разработать рекламную кампанию по выбранным ими темам. Темы взять произвольные.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет терминологическим аппаратом, материал в большей степени рассказывается, а не читается, соблюдает временной регламент, ориентируется в теме, свободно отвечает на вопросы;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он владеет теорией вопроса, материал в большей степени читается, чем рассказывается, соблюдает временной регламент, при ответах на некоторые вопросы испытывает затруднения;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, материал зачитывается, не соблюдает временной регламент, студент не может ответить на большинство вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если содержание доклада или сообщения не соответствует теме.

Задание 5: Написание эссе

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 2.5. Средства рекламы

Проверяемые компетенции: ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ОК-7, ОК-8, ОК-9

Текст задания:

Необходимо самостоятельно написать эссе на тему «Как реклама влияет на меня как на потребителя и на будущего специалиста по рекламе, есть ли разница».

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет терминологическим аппаратом, материал в большей степени рассказывается, а не читается, соблюдает временной регламент, ориентируется в теме, свободно отвечает на вопросы;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он владеет теорией вопроса, материал в большей степени читается, чем рассказывается, соблюдает временной регламент, при ответах на некоторые вопросы испытывает затруднения;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, материал зачитывается, не соблюдает временной регламент, студент не может ответить на большинство вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если содержание доклада или сообщения не соответствует теме.

3.3.3. Типовые задания для оценки освоения МДК 01.03. Язык рекламы

Задание 1: Устный опрос

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 3.1 Рекламный текст
Тема 3.2. Язык рекламы

Проверяемые компетенции: ПК-1.4, ОК-1-ОК-5, ОК-8,9

Текст задания:

Вопросы к устному опросу:

1. Место рекламного стиля в системе функциональных стилей современного русского языка. Стилеобразующие факторы рекламного стиля.
2. Использование единиц разных языковых уровней в рекламном тексте. Ключевая лексика в рекламе. Денотативное и коннотативное значение слова. Воздействующая сила семантики слова в рекламе.
3. Использование единиц разных языковых уровней в рекламном тексте. Синтаксис рекламных текстов. Использование актуального членения высказывания в рекламных текстах.
4. Использование единиц разных языковых уровней в рекламном тексте. Требования к звуковой стороне речи в рекламе.
5. Композиция рекламного текста. Необходимые компоненты текста рекламы: зачин, основной рекламный текст, эхо-фраза.
6. Рекламный слоган. Языковая природа слогана. Требования, предъявляемые к слогану.
7. Заголовок рекламного текста. Типы заголовков. Требования, предъявляемые к заголовку.
8. Словесный товарный знак. Требования, предъявляемые к словесному товарному знаку.
9. Языковые средства привлечения внимания к рекламному сообщению.
10. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на семантическом уровне. Тропы в рекламном тексте.
11. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на семантическом уровне. Повышение и понижение ранга одушевленности объекта и др.
12. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на семантическом уровне. Каламбур в рекламных текстах. Типы каламбура.
13. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на словообразовательном уровне. Окказионализмы в рекламе.
14. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на синтаксическом уровне. Стилистические (риторические) фигуры в рекламном тексте.

15. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на фразеологическом уровне. Афористика в рекламе. Способы трансформации фразеологизмов.
16. Способы создания интереса к рекламному сообщению. Языковая игра на фонетическом уровне. Звукопись в рекламных текстах.
17. Коммуникативное воздействие в рекламе. Роды аргументации.
18. Языковое манипулирование в рекламе. Манипулирование с классом сравнения.
19. Языковое манипулирование в рекламе. Манипулирование с параметрами сравнения.
20. Имплицитная информация в рекламе. Привлекательность использования импликатур для создателей рекламы.
21. Ложные умозаключения при интерпретации рекламы.
22. Фоносемантическая характеристика речи. Использование программы ВААП в рекламных целях.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту за исчерпывающий ответ на все вопросы. При отличном ответе студент должен: обнаружить глубокое знание предмета; уверенно владеть материалом; продемонстрировать интерес к предмету, проявляющийся в сообщении информации, выходящей за пределы лекций и учебника.

- оценка «хорошо» выставляется студенту за ответ, обнаруживающий хорошее знание материала. При ответе в освещении теоретических вопросов могут содержаться отдельные неточности; студент недостаточно уверенно владеет материалом; студент ответил не на все дополнительные вопросы; знание предмета ограничено материалами лекций и учебника.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту за ответ, обнаруживающий слабое владение материалом. При таком ответе студент демонстрирует неточное и неполное изложение материала, но понимает суть излагаемого; не отвечает на дополнительные вопросы; слабо владеет материалом даже в рамках лекций и учебника.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за ответ, обнаруживающий полное незнание материала; непонимание задаваемых вопросов.

Задание 2: Тест

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 3.3 Создание рекламного образа
Тема 3.4. Композиционные блоки рекламы

Проверяемые компетенции: ПК-1.4, ОК-1-ОК-5, ОК-8,9

Текст задания:

Задание с выбором одного правильного ответа

1. Рекламный стиль находит применение в сфере:
 - а) науки;
 - б) права;
 - в) политики;
 - г) рыночных отношений.
2. Основными функциями рекламного стиля являются:
 - а) информационная;
 - б) воздействующая;
 - в) эстетическая;
 - г) функция общения.
3. Языковая игра - это:
 - а) неосознанное нарушение правил речевого общения;
 - б) сознательное нарушение правил речевого общения;
 - в) игра по правилам речевого общения;
 - г) игра без правил.

4. Языковое манипулирование - это:

а) это осознаваемое адресатом воздействие на его эмоции, намерения, поведение;

б) неосознаваемое адресатом воздействие на его эмоции, намерения, поведение;

в) открытое воздействие на адресата;

г) скрытое воздействие на адресата.

5. В сообщении "Дюрасел отличается от обычных батареек" создан:

а) расширенный класс сравнения;

б) суженный класс сравнения;

в) неопределенный класс сравнения;

г) смещенный класс сравнения.

6. В сообщении "Маргарин Воймекс как масло. Даже лучше" создан:

а) расширенный класс сравнения;

б) суженный класс сравнения;

в) неопределенный класс сравнения;

г) смещенный класс сравнения.

7. В сообщении "Молоко вдвойне вкусней, если это Милки Уэй (молочно-шоколадный батончик)" создан:

а) расширенный класс сравнения;

б) суженный класс сравнения;

в) неопределенный класс сравнения;

г) смещенный класс сравнения.

8. В сообщении "В нашем магазине скидки до 20 %" используется манипулятивный прием:

а) распространение свойств части предмета на весь предмет;

б) игнорирование ограничителей;

в) игнорирование модальности сообщения;

г) перевод ассоциаций в информацию о качествах товара.

9. В сообщении "Крем "Ксения" помог многим больным остеохондрозом. Он может помочь и вам" используется манипулятивный прием:

а) распространение свойств части предмета на весь предмет;

б) игнорирование ограничителей;

в) игнорирование модальности сообщения;

г) перевод ассоциаций в информацию о качествах товара.

10. Какое требование не относится к словесному товарному знаку:

а) адекватность;

б) ассоциативность;

в) удобопроизносимость;

г) ритмичность.

11. В слогане "Зубная щетка Аква Фреш (с подвижной головкой) чистит бережно. Действует с головой" используется прием:

а) алогизм;

б) оксюморон;

в) каламбур;

г) антитеза.

12. В слогане "Это (шоколадка производства фабрики "Россия") повкуснее пистолетов" используется прием:

а) алогизм;

б) оксюморон;

в) каламбур;

г) антитеза.

13. В слогане магнитофоны ... "Обыкновенное чудо" используется прием:

а) метафора;

- б) метонимия;
- в) синекдоха;
- г) оксюморон.

14. Какой прием трансформации фразеологизма используется в слогане “Каждый имеет “Браво” на отдых и “Браво” на труд” (“Браво” - напиток):

- а) расширение состава;
- б) редукция состава;
- в) контаминация;
- г) замена компонента.

15. Какой прием трансформации фразеологизма используется в слогане “Если у Вас нету дома...”:

- а) расширение состава;
- б) редукция состава;
- в) контаминация;
- г) замена компонента.

16. Какой (-ие) роды аргументации используется (-ются) в рекламе “Эта ткань имеет разнообразные рисунки и тона. Ее можно чистить в домашних условиях. Она сохраняет свой цвет при стирке”:

- а) эмоциональные положительные;
- б) рациональные положительные;
- в) рациональные отрицательные;
- г) эмоциональные отрицательные.

17. Какой (-ие) роды аргументации используется (-ются) в рекламе “Эта новая современная ткань имеет разнообразные рисунки и тона. Чистить ее можно только сухим способом (в химчистке)”:

- а) эмоциональные положительные;
- б) рациональные положительные;
- в) рациональные положительные и отрицательные;
- г) эмоциональные отрицательные.

18. Какой (-ие) роды аргументации используется (-ются) в рекламе “Эта новая современная ткань имеет разнообразные рисунки и тона. В платье, сшитом из этой ткани, женщина всегда будет иметь хорошее настроение, она будет нравиться окружающим...”:

- а) эмоциональные положительные;
- б) рациональные положительные;
- в) рациональные отрицательные;
- г) эмоциональные отрицательные.

19. Какому (-им) требованию (-ям) не отвечает название фирмы по установке жалюзи “Форель”:

- а) адекватности;
- б) удобопроизносимости;
- в) простоты;
- г) краткости.

20. Какому (-им) требованию (-ям) не отвечает название мебельной фирмы “Ангстрем”:

- а) адекватности;
- б) удобопроизносимости;
- в) краткости;
- г) функциональности.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

3.3.4. Типовые задания для оценки освоения МДК 01.04. Композиция, шрифтовая и художественная графика

Задание 1: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.2. Выявление объема линий.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции на выявление объёма (использовать контуры предметов), предметы не обводить – силуэты должны образовываться линиями. Произвольное расположение линий, при попадании линии на силуэт предметов – она должна изменить направление

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 2: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.3. Графическая формальная композиция с линиями.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере листа А – 4 композицию с линиями, применяя основные законы композиции (ритм, контраст, динамика)
Создать « движение » в композиции. Обязательное изменение толщины линий.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 3: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.4. Средства выразительности в композиции – графическое пятно.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции с повтором силуэта рисунка (буква), но с разным его графическим насыщением. Задание выполняется линией.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 4: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.5. Мини-композиции.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции из геометрических каркасных предметов (квадрат, прямоугольник, круг, треугольник). Предметы представлять не плоскими, не объёмными, а контурными линиями – они могут накладываться друг на друга. В одной композиции можно применять как один предмет, так и несколько предметов, одно условие или несколько условий. В окончательном варианте композиции должны быть понятны порядком их составления.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 5: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.6. Буква-знак.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере графическими средствами варианты композиций с применением законов композиции, используя в качестве модуля только 1 букву. При построении композиции в каждом варианте обязательно использовать различные законы композиции. Применяя графику и условия составления композиции, необходимо сохранять силуэт изображаемого элемента (буквы).

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 6: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.7. Стилизация.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере графическими средствами варианты изображаемых предметов с разным графическим насыщением. Применяя различную графику,

необходимо выдерживать образ предмета, его характерные особенности. Предмет (элемент) стилизации должен узнаваться. Лучше использовать растительные формы. Варианты предлагаемых предметов (форм):

1) цветы (подснежник, ромашка, гвоздика и т.д.), имеющие простую форму с прямыми линиями, графическое изображение цветов необходимо вписывать в простые геометрические формы (круг, квадрат, треугольник);

2) деревья и кустарники: ель (фронтальное изображение), дерево (кустарник), (фронтальное изображение или вид сверху).

Задание выполняется линией.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 7: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.8. Структурная пластика.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить из цельного листа бумаги по заранее продуманному эскизу структурную композицию методом сгиба, отворота. Внутреннюю сторону бумаги необходимо покрасить ярким цветом. Форма прорезается, применяются сгиб, отворот. В окончательном варианте получается эффект свечения плоскости изнутри через отвороты и разрезы композиции.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план любого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке .

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

Задание 8: Контрольная работа

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 4.9. Слово-образ.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Выполнить в заданном размере варианты графического решения слова (название предмета в его буквенном написании) с сохранением силуэта слова и образа изображаемого предмета.

- 1) подобрать слово (3 – 4 буквы), которое можно графически изобразить.
- 2) в границах заданной плоскости нарисовать (начертить) буквы слова в плоском силуэтном изображении.
- 3) выполнить 3 варианта композиции в графическом изображении образного стилизованного изображения предмета и фона.
- 4) применить цвет для поддержки задуманного графического решения.

Задание выполняется линией, пятном.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, в совершенстве владеет практическими навыками графического изображения рисунка по схеме «свет, тень» без применения и с применением промежуточных тонов, а именно – свет, полутень, тень, рефлекс, правильно применяет знания в построении фронтальной и угловой перспектив, умеет четко и грамотно изобразить в рисунке оборудование помещения или его фрагмент. профессионально и правильно выполняет в масштабе план лю-

бого помещения или его части, умеет правильно применить полученные знания теории рисунка в практическом исполнении

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического исполнения рисунка, в целом умеет правильно графическими методами изобразить предметы с применением законов перспективы, выполнить фрагмент оборудования или помещения с применением законов построения фронтальной и угловой перспектив, правильно выполняет в заданном масштабе планы помещений с его оборудованием.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет рисунок без применения промежуточных тонов, владеет общими знаниями графического исполнения рисунка, имеет поверхностное представление о правилах построения фронтальной и угловой перспектив, может выполнить фрагмент с небольшими нарушениями пропорций изображаемых предметов и оборудования, плохо знает масштаб и его применение в рисунке

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет рисунок с многочисленными нарушениями построения и графического выполнения рисунка, имеет слабые представления о фронтальной и угловой перспективах, отсутствуют знания о правилах их построения и применения в рисунке

3.3.5. Типовые задания для оценки освоения МДК.01.05. Фотодизайн и техника фотографии

Задание 1: Доклад / сообщение

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 5.2. История развития фотодизайна.

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5, ПК-1.1, ПК-1.2

Текст задания:

Подготовьте доклад / сообщение на одну из тем:

1. Становление и эволюция дизайна, его место и значение в обществе.
2. Эмоциональное и рациональное в творчестве фотодизайнера.
3. Фотовидение: диалектика сходства и различия реальности и ее образа.
4. История развития фотодизайна в странах Западной Европы и США.
5. Специфика эволюции фотодизайна в азиатских странах.
6. Особенности отечественной школы фотодизайна.
7. Фотоискусство и реклама. Роль фотографии в рекламной коммуникации. Поиск рекламных идей.
8. История развития теории фотодизайна.
9. Предпосылки возникновения фотодизайна.
10. Теория дизайна: категориальный аппарат.
11. Использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности фотодизайнера.
12. Изобразительные средства рекламы и фотодизайн.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет терминологическим аппаратом, логично сформулировал основные пункты плана, материал в большей степени рассказывается, а не читается, соблюдает временной регламент, ориентируется в теме, свободно отвечает на вопросы;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он владеет теорией вопроса, логично сформулировал основные пункты плана, материал в большей степени читается, чем рассказывается, соблюдает временной регламент, при ответах на некоторые вопросы испытывает затруднения;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, не логично сформулировал основные пункты плана, материал зачитывается, не соблюдает временной регламент, студент не может ответить на большинство вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если содержание доклада или сообщения не соответствует теме.

Задание 2: Тест

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Тема 5.3 Устройство фотоаппарата

Тема 5.4 Основопологащие технические параметры фотосъемки

Тема 5.5 Технический арсенал фотографа

Проверяемые компетенции: ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-10, ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.5.

Текст задания:

1. При съемке портрета с параметрами экспозиции: выдержка 1/50, диафрагма 5,6 , ISO 1600 и излишком света, каковы должны быть действия фотографа (выберите и пронумеруйте в порядке предпочтения — что надо сделать в первую очередь, во вторую и т.д.):

- увеличить выдержку, уменьшить чувствительность (ISO), уменьшить значение диафрагмы
- увеличить выдержку, уменьшить значение диафрагмы, уменьшить чувствительность (ISO)
- уменьшить выдержку, увеличить значение диафрагмы, уменьшить чувствительность (ISO)
- уменьшить чувствительность (ISO), увеличить значение диафрагмы, уменьшить выдержку
- уменьшить выдержку, увеличить значение диафрагмы, увеличить чувствительность (ISO)

2. Среди перечисленных объективов, какой является наиболее подходящим для съемки спортивных событий?

- 50mm f/1.8
- 180mm f/3.5
- 16-35mm f/2.8
- 75-300 f/4-5.6
- 18-55mm f/3.5-5.6
- 100-400mm f/4.5-5.6
- 15-85mm f/3.5-5.6
- 17mm f/4

3. При каких параметрах экспозиции на матрицу попадет больше света?

- значение выдержки = 1/125, значение диафрагмы (F) = 2,8, значение чувствительности (ISO) = 200
- значение выдержки = 1/125 значение диафрагмы (F) = 3,2, значение чувствительности (ISO) = 100
- значение выдержки = 1/250 значение диафрагмы (F) = 1,8, значение чувствительности (ISO) = 400
- значение выдержки = 1/250, значение диафрагмы (F) = 2,8, значение чувствительности (ISO) = 400

4. При каких параметрах экспозиции фотограф получает более светлое изображение?

- 1/250 f1,8 ISO 400

- 1/125 f3,2 ISO 100
- 1/125 f2,8 ISO 200
- 1/250 f2,8 ISO 400

5. Выберите наименьшее из значений чувствительности матрицы фотокамеры (ISO):

- 3200
- 400
- 200
- 800

6. На что влияет повышение чувствительности матрицы (ISO)?

- на скорость работы затвора фотокамеры
- на увеличение светового потока попадающего на матрицу
- на уменьшение количества света требуемого для экспозиции
- на уменьшение количества шумов (зерна)

7. В чем принято измерять баланс белого (цветовую температуру)?

- градусах Цельсия ($^{\circ}\text{C}$)
- кельвинах (К)
- герцах (Гц)
- градусах Фаренгейта ($^{\circ}\text{F}$)

8. Какой объектив наиболее подходит для съемки классического портрета с минимальными искажениями и максимальной светосилой (кроп-фактор 1,5)?

- 50мм f1.8
- 24-70мм f2.8
- 50мм f1.4
- 70-300мм f/4-5.6
- 18-200мм f/3.5-5.6
- 35мм f 1.4
- 125мм f4

9. Широкоугольный объектив на цифровых зеркальных камерах с кроп-фактором 1.5-1.6 это:

- объектив с малыми оптическими искажениями
- объектив с фокусным расстоянием не менее 35мм
- объектив с фокусным расстоянием менее 28мм
- объектив с кроп-фактором 1.5-1.6
- объектив с фокусным расстоянием не более 85мм
- объектив с фокусным расстоянием более 35мм

10. Какой объектив является наиболее подходящим для съемки пейзажей и архитектуры?

- 85 f/1.8
- 100мм f/2.8
- 15-85мм f/3.5-5.6
- 180мм f/3.5
- 55-250 f/4-5.6

11. Боке - это:

- дисперсия света, проходящего через оптическую систему
- устройство объектива фотокамеры, позволяющее регулировать относительное отверстие, то есть изменять количество проходящего через объектив света

термин, описывающий субъективные художественные достоинства части изображения, оказавшегося не в фокусе на фотографии

12. К понятию «дисторсия» в фотографии не относится:

- паразитная дисперсия света, проходящего через оптическую систему
- бочкообразная или подушкообразная дисторсия
- погрешность изображения в оптических системах, при которой нарушается геометрическое подобие между объектом и его изображением
- одна из aberrаций оптических систем

13. Что из перечисленного не относится к определению режима съемки BULB (B)?

- режим, в котором настройка выдержки производится фотокамерой автоматически, в зависимости от сцены съемки
- режим, в котором возможно регулировать выдержку путем удержания полностью нажатой кнопки спуска затвора
- режим, рекомендованный для ночных съемок, съемок фейерверков, неба и других объектов, съемка которых требует длительной выдержки
- режим длительной ручной выдержки

14. Диафрагма в фотографии – это:

- кнопка на камере, позволяющая регулировать световой поток, проходящий через объектив
- устройство, используемое для перекрытия светового потока, проецируемого объективом на фотоматрицу
- устройство объектива фотокамеры, позволяющее регулировать относительное отверстие, то есть изменять светосилу объектива
- прибор, устанавливаемый в фотокамере и служащий для открытия или закрытия проходного отверстия при помощи клапана

15. RAW - формат данных, содержащий:

- информацию о настройках и параметрах камеры
- необработанные (минимально обработанные) данные
- сжатые (с потерями или без потерь) данные

16. Режим Tv - это автоэкспозиция с приоритетом:

- чувствительности (ISO). Пользователь устанавливает чувствительность, а камера автоматически устанавливает выдержку, диафрагму и баланс белого
- диафрагмы. Пользователь устанавливает величину диафрагмы, а камера автоматически устанавливает выдержку
- выдержки. Пользователь устанавливает величину выдержки, а камера автоматически устанавливает диафрагму
- баланса белого. Пользователь устанавливает баланс белого, а камера автоматически устанавливает выдержку, диафрагму и чувствительность

17. Синхронизация (пуск) студийной вспышки от камеры не возможна с использованием:

- другой вспышки
- синхронного генератора
- синхрошнура
- радио- синхронизатора
- ИК синхронизатора

18. Режим Multi — это:

- режим, при котором вспышка может использоваться и как ведомая вспышка при дистанционной беспроводной синхронизации
- автоматический режим, при котором камера контролирует вспышку и определяет, срабатывать ли вспышке или нет и с какой мощностью
- режим, при котором вспышка устанавливает параметры экспозиции на основании данных своей собственной системы замера
- ручной режим управления мощностью вспышки для большего контроля освещения
- особый режим, при котором вспышка производит заданное количество импульсов с заданной же периодичностью

19. Режим Av - это автоэкспозиция с приоритетом:

- диафрагмы. Пользователь устанавливает величину диафрагмы, а камера автоматически устанавливает выдержку
- чувствительности (ISO). Пользователь устанавливает чувствительность, а камера автоматически устанавливает выдержку, диафрагму и баланс белого
- выдержки. Пользователь устанавливает величину выдержки, а камера автоматически устанавливает диафрагму
- баланса белого. Пользователь устанавливает баланс белого, а камера автоматически устанавливает выдержку, диафрагму и чувствительность

20. Бреккетинг или вилка в фотографии - это:

- способ замера экспозиции по всему изображению, где камера автоматически настраивает экспозицию в соответствии со сценой
- возможность использования в камере центрально-взвешенного усредненного замера, точечного замера, частичного замера или оценочного замера
- режим, в котором возможно регулировать выдержку путем удержания полностью нажатой кнопки спуска затвора
- автоматическая съемка нескольких кадров с разными значениями выдержки, баланса белого, фокусировки или диафрагмы

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

Задание 3: Подготовка серии фотоснимков

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Тема 5.7 Композиция

Тема 5.8 Жанры фотографии

Проверяемые компетенции: ОК-5, ОК-6, ОК-9, ПК-1.3

Текст задания:

Подготовьте серию фотоснимков для официального сайта благотворительной акции «Обыкновенное чудо» (chudo.tomsk.ru). Предполагается, что одним из элементов оформления сайта будут фотографии детских игрушек в больничном интерьере. Игрушки должны быть самыми обычными, такими, которые есть у каждого ребенка. Тематика

каждого из снимков должна по смыслу отвечать теме раздела, где он будет использован. В фотографиях должны присутствовать драматургия и внутренний конфликт.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он продемонстрировал хорошее владение техникой фотографии; снимки полностью соответствуют заданной тематике; фотографии демонстрируют содержательное, выразительное и оригинальное авторское решение, творческий подход к раскрытию темы; для фотографий характерен высокий художественный и эстетический уровень исполнения;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он продемонстрировал владение техникой фотографии; снимки соответствуют заданной тематике по содержанию и форме; фотографии выполнены на хорошем художественном и эстетическом уровне;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет техникой фотографии; снимки не в полной мере соответствуют заданной тематике по содержанию и форме; фотографии выполнены на невысоком художественном и эстетическом уровне;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не подтверждает владение техникой фотографии%; снимки не соответствуют заданной тематике по содержанию и форме.

Задание 4: Подготовка реферата

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Тема 5.9. Понятие этики

Тема 5.10 Право и фотография

Проверяемые компетенции: ОК-4, ОК-7, ОК-8, ОК-11, ПК-1.2

Текст задания:

Подготовьте реферат на одну из тем:

1. Этическая составляющая работы фотодизайнера.
2. Регулирование профессиональной деятельности фотографа: этический аспект.
3. Саморегулируемые профессиональные объединения и их значение в соблюдении фотографами этических норм.
4. Правовое регулирование деятельности профессиональных фотографов.
5. Фотография как объект правовых отношений.
6. Авторское право на интеллектуальную собственность и фотография.
7. Профессиональные кодексы как механизм саморегулирования деятельности фотографов.
8. Мораль, этика и нравственность в деятельности фотографов.
9. Стандартизация и качество деятельности фотографов.
10. Профессионально-этическая культура фотографа.
11. Применение этических и профессиональных стандартов в деятельности фотографов.
12. Саморегулирование в профессиональной деятельности фотографов: история и перспективы.
13. Определение профессионализма в деятельности фотографов.
14. Определение профессионализма в деятельности фотодизайнера.
15. Правовое поле в фотодизайне.
16. Задачи профессионального и личностного развития фотографа и внешнее регулирование его деятельности.
17. Экологическая, информационная и коммуникативная культура фотографа и профессионализм его деятельности.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он продемонстрировал владение терминологическим аппаратом, отличное знание литературных источников, умение обобщать и систематизировать теоретический материал, грамотно цитирует источники, аргументированно излагает свою точку зрения по проблеме;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он продемонстрировал владение терминологическим аппаратом, знание основных литературных источников, умение обобщать теоретический материал, цитировать источники, однако испытывает некоторые затруднения при аргументированном изложении своей точки зрения по проблеме;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, использовал ограниченное количество литературных источников, плохо обобщает теоретический материал, цитирование источников сводит к пересказу опубликованного, не приводит свою точку зрения по проблеме;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если содержание реферата не соответствует теме.

4. Контроль приобретения практического опыта. Оценка по учебной и (или) производственной практике

4.1. Общие положения

Цели учебной практики: формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 01.; формирование у студентов представления о принципах разработки и создания дизайна рекламной продукции.

Цели производственной практики: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях работы на рекламных предприятиях.

Целью оценки по учебной и производственной практике является оценка:

- 1) профессиональных и общих компетенций;
- 2) практического опыта и умений.

Оценка по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

4.2. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

Таблица 6

Иметь практический опыт	Виды и объем работ на учебной практике, требования к их выполнению и/ или условия выполнения	Документ, подтверждающий качество выполнения работ
создания и разработки рекламной продукции	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
разработки авторских рекламных проектов	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
создания визуальных образов	концентрированно, работа на	Отчет о практике, дневник

с рекламными функциями	рекламном предприятии	практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
------------------------	-----------------------	---

5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена квалификационного

5.1. Паспорт

Назначение:

КОСы предназначены для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламного продукта по специальности СПО: 42.02.01 «Реклама»

Форма проведения экзамена квалификационного

Экзамен проводится в виде устного опроса по заранее подготовленным билетам

Билеты готовятся по количеству обучающихся

(перечисляются все виды заданий или этапы, входящие в экзамен квалификационный)

5.2. Задание для экзаменуемого

Вариант № 1

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 3, ОК 7, ПК 1,3, ПК 1.5

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 1

1. Определите этапы подготовки и реализации рекламной кампании. Обоснуйте свое решение. Проиллюстрируйте его на конкретном примере.

2. Опишите технологию разработки фотографической темы.

Вариант № 2

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 3, ОК 6, ПК 1.2, ПК 1.3

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 2

1. Проанализируйте значение и принципы эмоционального восприятия цвета.

2. Докажите существование плюсов и минусов классических каналов продвижения (пресса, тв, радио, наружная реклама).

Вариант № 3

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 8, ОК 10, ПК 1.1., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 3

1. Определите сущность коммуникативного воздействия в рекламе. Проанализируйте роды аргументации.
2. «Прямое и обратное пятно» - объясните это понятие и приведите примеры применения.

Вариант № 4

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 7, ОК 11, ПК 1.3, ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 4

1. Опишите жанры фотографии. Охарактеризуйте особенности съемки рекламного натюрморта.
2. Обоснуйте особенности использования cross-promotion в рекламных кампаниях.

Вариант № 5

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 5, ОК 9, ОК 11, ПК 1.2., ПК 1.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 5

1. Покажите, как соотносятся рекламный и художественный образ. Приведите примеры.
2. Охарактеризуйте особенности использования специальных мероприятий (special events) в рамках рекламной кампании. Приведите примеры.

Вариант № 6

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 8, ОК 10, ПК 1.2., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 6

1. Обоснуйте место рекламного стиля в системе функциональных стилей современного русского языка. Выделите стилеобразующие факторы рекламного стиля.
2. Охарактеризуйте роль «модуля» в применении и построении композиций.

Вариант № 7

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 6, ОК 11, ПК 1.2., ПК 1.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 7

1. «Слово-образ» - объясните взаимосвязь слов и условия графического выполнения композиций.
2. Дайте определение и охарактеризуйте виды целевой аудитории.

Вариант № 8

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 6, ОК 8, ПК 1.2., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 8

1. Проанализируйте этические и правовые аспекты деятельности фотографа.
2. Охарактеризуйте языковые средства привлечения внимания к рекламному сообщению. Приведите примеры.

Вариант № 9

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 9, ПК 1.2., ПК 1.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 9

1. Охарактеризуйте виды трейд-маркетинговых акций.
2. Проанализируйте шрифт как элемент графического дизайна. Опишите основы типологии и типометрии, основные правила подбора шрифтов, применение шрифтов, адаптация иноязычных шрифтов, принципы разработки шрифта.

Вариант № 10

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 7, ОК 9, ПК 1.1., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 10

1. Дайте характеристику каналов рекламной коммуникации (atl и btl-каналы).
2. Покажите особенности жанров фотографии. Охарактеризуйте особенности съемки рекламного пейзажа.

Вариант № 11

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 5, ОК 7, ОК 11, ПК 1.2., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 11

1. Проанализируйте психологию восприятия графической рекламы. Охарактеризуйте принципы восприятия различных элементов графической рекламы.
2. «Текстурное пятно» - дайте определение, опишите материалы выполнения, приведите примеры применения.

Вариант № 12

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 6, ПК 1.2., 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 12

1. Охарактеризуйте принципы языкового манипулирования в рекламе. Покажите роль имплицитной информации в рекламе и привлекательность использования импликаций для создателей рекламы. Опишите типовые ложные умозаключения при интерпретации рекламы.

2. Проанализируйте место логотипа в графической рекламе. Определите функции логотипа, приведите типологию, покажите принципы разработки, опишите требования к логотипу.

Вариант № 13

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 3, ОК 8, ОК 10, ПК 1.1., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 13

1. Охарактеризуйте сущность понятий «бренд», «товарный знак», «фирменный стиль». Приведите примеры.

2. Классифицируйте жанры фотографии. Опишите особенности съемки рекламного портрета.

Вариант № 14

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 6, ОК 9, ПК 1.4., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 14

1. Охарактеризуйте сущность и значение языкового манипулирования в рекламе. Приведите примеры манипулирования с классом сравнения и манипулирования с параметрами сравнения.

2. Проанализируйте «глубину резкости» как творческий инструмент фотографа.

Вариант № 15

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 9, ПК 1.2., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 15

1. Определите, что понимается под фоносемантической характеристикой речи. Опишите использование программы ВААЛ в рекламных целях.

2. «Графическое пятно» - объясните это понятие и методы выполнения.

Вариант № 16

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 8, ОК 10, ПК 1.2. 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 16

1. Проанализируйте языковую игру как способ создания интереса к рекламному сообщению.
2. Опишите типы объективов: свойства и области применения.

Вариант № 17

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 3, ОК 6, ПК 1.2., ПК 1.4

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 17

1. Охарактеризуйте законы композиции, приведите примеры.
2. Покажите роль тропов в рекламном тексте как способа создания интереса к рекламному сообщению.

Вариант № 18

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 4, ОК 7, ПК 1.3., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 18

1. Охарактеризуйте исполнительный план как элемент рекламной кампании.
2. Дайте определение понятию «выдержка». Опишите способы передачи динамики в кадре.

Вариант № 19

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 7, ОК 11, ПК 1.2., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 19

1. Проанализируйте роль текста в графическом макете.
2. «Линия и пятно» в композиции» - расскажите о применении.

Вариант № 20

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 9, ПК 1.1., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 20

1. Проанализируйте звукопись в рекламных текстах как способ создания интереса к рекламному сообщению.
2. Опишите основы композиции применительно к рекламной фотографии.

Вариант № 21

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 8, ПК 1.2., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 21

1. Покажите особенности иллюстрации в графической рекламе. Проанализируйте разновидности, и опишите правила подбора иллюстраций.
2. Расскажите о «ритме» как способе построения композиций.

Вариант № 22

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 8, ОК 10, ПК 1.3., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 22

1. Проанализируйте композицию графического макета. Выделите правила построения графического макета, опишите основные законы композиции различных видов графических макетов.
2. Опишите принципы и правила съемки при искусственном освещении.

Вариант № 23

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 7, ОК 11, ПК 1.1., ПК 1.4.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 23

1. Охарактеризуйте виды интернет-рекламы. Дайте прогноз по ее использованию в будущем.
2. Покажите место заголовка в графическом макете. Опишите его функции и разновидности.

Вариант № 24

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 8, ПК 1.1., ПК 1.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 24

1. Опишите составляющие бренда продукта (понятие нейминга, слогана, логотипы и т.д).
2. Охарактеризуйте средства выразительности композиции. Приведите примеры.

Вариант № 25

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 3, ОК 10, ПК 1.4., ПК 1.5.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 25

1. Проанализируйте стилистические (риторические) фигуры в рекламном тексте как способ создания интереса к рекламному сообщению.
2. «Акцент» - приведите примеры использования в композиции.

Оборудование: учебная аудитория, место преподавателя (стол, стул), места для студентов – не менее 6 (столы, стулья).

5.3 Пакет экзаменатора

Билеты входят в пункт 5.2

Условия проведения: устный опрос по заранее подготовленным билетам в учебной аудитории.

Количество вариантов каждого задания / пакетов заданий для экзаменуемого: 25 билетов (50 вопросов).

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Ильясова С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири .— 3-е изд. — Москва : Флинта : Наука, 2013 .— 294, [1] с.
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие / Автор: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010&sr=1>
3. Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева .— Москва : Флинта : Наука, 2014 .— 159 с.
4. Ф.И. Шарков, В.И. Гостенина. -М.: Дашков и Ко, 2012. Веселова Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат: учебное пособие
5. Васильев Г.А., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие.- М.: Вузовский учебник, 2013
6. Поляков В.А. Основы рекламы / В.А. Поляков ; Васильева Г.А. — Москва : Юнити-Дана, 2015.— 719 с.— ISBN 5-238-01059-1.— URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>
7. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова.— Москва : Юнити-Дана, 2012.— 240 с.— ISBN 978-5-238-01525-5.— URL: <https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=book&id=115010>
8. Веселова Ю.В. Графический дизайн в рекламе. Плакат / Ю.В. Веселова ; Семенов О.Г.— Новосибирск : НГТУ, 2012.— 104 с.— ISBN 978-5-7782-2192-5.— URL: <https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=book&id=228990>

Дополнительные источники:

1. Витале Дж. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами = Hypnotic writing. How to Seduce and Persuade Customers with Only Your Words / Джо Витале ; [пер. с англ. А.В. Гарбарук] .— Москва : Альпина Бизнес Букс, 2012 .— 271 с.
2. Протасов Д. Н. Основной закон рекламы. Язык лозунгов - язык успеха! / Дмитрий Протасов .— Москва : Центрполиграф, 2012 .— 155, [1] с
3. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / [под ред. Т.Н. Колокольцевой] .— 2-е изд., стер. — Москва : Флинта : Наука, 2013 .— 292, [3] с.
4. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама : практическое пособие / С.Н. Бердышев .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 130, [1] с
5. Годин А.А. Интернет-реклама : учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 167, [1] с.
6. Реклама в СМИ / [ред. Г.Ю. Арапова ; авт.-сост.: С.И. Кузеванова и др.] .— 2-е изд., испр. и доп. — Воронеж : Элист, 2012 .— 129, [1] с.
7. Деникин А.А. Звуковой дизайн в видеоиграх. Технологии «игрового» аудио для непрограммистов: учебное пособие
8. Левкина А.В. Фотодело. - ИНФРА-М. - М. : Альфа-М, 2013.
9. Крылов А.П. Фотомонтаж = Пособие для фотохудожников. - М. : КУРС, ИНФРА-М, 2013. - 80 с.
10. Шнейдеров В.С. Фотография, реклама, дизайн на компьютере : Самоучитель. - СПб. : Питер, 2011. 5. Рекламная деятельность. / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014

Информационные электронно-образовательные ресурсы:

[http://www.smieurope.ru/materials/books/Serdobinceva E. Struktura I Yazyk Reklam.a4.pdf](http://www.smieurope.ru/materials/books/Serdobinceva_E_Struktura_I_Yazyk_Reklam.a4.pdf)

www.outdoor-komitet.ru – сайт Комитета рекламы, информации и оформления города Москвы

<http://www.1soc.ru/> – сайт о социальной рекламе

www.adme.ru

www.sostav.ru

www.4p.ru

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Ход выполнения задания

Таблица 10

Отлично	Знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение всех заданий
Хорошо	Знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые прикладные задачи, успешное выполнение всех заданий
Удовлетворительно	Наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших прикладных задач, неполное выполнение заданий
Неудовлетворительно	Отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение практических заданий

Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка

**Сводная таблица-ведомость по
ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта**

Результаты обучения по ПМ	Текущий и рубежный контроль			Промежуточная Аттестация по ПМ		Экзамен квалификационный		
	Тестирование	Творческие задания	Контрольные работы	Экзамены по МДК	Дифференцированные зачеты	Ход выполнения задания	Подготовленный продукт / осуществленный процесс	Устное обоснование результатов работы
Основные								
ПК 1.1.	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК 1.2.	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК 1.3.	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК 1.4.	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК 1.5.	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 1	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 2	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 3	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 4	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 5	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 6	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 7	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 8	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 9	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 10	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 11	+	+	+	+	+	+	+	+
Иметь практический опыт	выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию							
Уметь	осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты							
Знать	выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.							

Составители (преподаватели):
Преподаватель каф. рекламы и дизайна
Гончар В.В. Гончаров

Преподаватель каф. рекламы и дизайна
Гончар М.В. Гончаров

Преподаватель каф. рекламы и дизайна
Матвеева Л.М. Матвеечева

Доцент каф. рекламы и дизайна
Маслов А.С. Маслов

Преподаватель каф. стилистики и лит.
редактирования
Хорошунова И.В. Хорошунова

Согласовано:
Декан факультета журналистики
Тулупов В.В. Тулупов

Представитель работодателя
президент АРАВ

Корнев К.В. Корнев