

**Компонент ОПОП 44.03.01 Педагогическое образование. Направленность (профиль)
Художественное образование**

наименование ОПОП

Б1.В.ДВ.06.01

шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

Полиграфический дизайн и реклама

Разработчик:
Сергеева А.И.,
доцент каф. ИиД

Утверждено на заседании кафедры
искусств и дизайна
протокол № 6 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой искусств и дизайна



подпись

____Терещенко Е.Ю.____

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
ПК-1 Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ИД-1ПК-1 Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета). ИД-2ПК-1 Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО. ИД-3ПК-1 Демонстрирует умение разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии	– основные термины типографики (шрифт, кегль, начертание, интерлиньяж, пуансон, отбивка, втяжка, выключка); – понятия: макетирование, верстка, оригинал макет, спуск полос; – понятие и составление процессов макетирования и верстки публикации; – информационные и коммуникационные технологии поиска, хранения, обработки и анализа информации;	– выполнять макетирование и верстку публикации в программах векторной компьютерной графики; – представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий; – создавать творческий бриф; – планировать проведение рекламной кампании; – разрабатывать фирменный стиль компании; – создавать и редактировать изображение, создавать макет в программах	– навыками управления цветом при подготовке публикации к печати – опытом работы с информационными технологиями в профессиональной деятельности – навыками проектирования и компьютерной обработки цифровой фотографии – подготовки оригинал-макета к печати; – проведения стадии исследования в подготовке рекламного продукта; – создания фирменного стиля и полиграфическо	- комплект заданий для выполнения практических работ; - тестовые задания; - темы докладов и презентаций;	Экзаменационные билеты Результаты текущего контроля

	обучения, в том числе информационные.	– понятие, виды и функции рекламы; – этапы подготовки и проведения рекламной кампании; – этапы разработки рекламного продукта; – понятие рекламных идентификаторов, фирменного стиля; – компоненты фирменного стиля и требования к ним; – этапы проектирования полиграфической продукции; – понятие и составляющие процессов макетирования и верстки публикации; – виды технологий печати и послепечатной обработки	векторной графики Adobe Illustrator, Corel Draw; – выполнять обработку фотографии, создавать изображения, компьютерный коллаж, рекламу в программе растровой графики Adobe Photoshop. – .	го рекламного комплекса		
--	--	--	---	--------------------------------	--	--

		публикации; – понятие полиграфия, виды типографско го оборудовани я.				
--	--	---	--	--	--	--

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач.

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания лабораторных/практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
<i>Удовлетворительно</i>	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
<i>Неудовлетворительно</i>	Задание не выполнено.

3.2 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовой вариант тестового задания:

Типовое тестовое задание

5.1 Тест

1. Важной характеристикой рекламы является ...

- А) прямая коммуникация;
- Б) коммуникация от имени неизвестного спонсора;
- В) неоплаченная коммуникация;
- Г) распространение информации о чем-либо или о ком-либо (товаре, услуге, фирме, лице).

2. Средство маркетинга, индивидуально обращенное и нацеленное на порождение ответного действия называется ...

- А) стимулирование продаж;
- Б) связи с общественностью;
- В) прямой маркетинг;
- Г) реклама.

3. Функция рекламы, заключающаяся в повышении спроса и стимулировании товарооборота, называется:

- а) брендообразующая;
- б) социальная;
- в) экономическая;

г) идеологическая.

4. Увеличение числа рабочих мест или сохранение уже существующих является ... функцией рекламы

- А) социальной;
- Б) экономической;
- В) коммуникативной;
- В) идеологической.

5. В схеме проведения рекламной кампании стадия исследования включает следующий этап:

- А) анализ свойств товара;
- Б) позиционирование;
- В) выявление уникального торгового предложения;
- Г) выбор рекламоносителя.

6. Нахождение однородной группы потребителей, которые одинаково понимают назначение и выгоду от использования товара, называют ...

- А) сегментирование;
- Б) позиционирование;
- В) мотивирование;
- Г) стимулирование.

7. Зарегистрированный товарный знак используется с предупредительной маркировкой

- А) @;
- Б) тм;
- В) ©;
- Г) Σ.

8. В основе мотивов деятельности людей лежат ...

- А) потребности;
- Б) знания;
- В) прогноз;
- Г) расчет.

9. К потребностям самовыражения Маслоу А. относит потребность в

- А) творчестве;
- Б) уважении;
- В) уверенности;
- Г) коллективе.

10. К потребностям признания Маслоу А. относит потребность в ...

- А) творчестве;
- Б) уважении;
- В) знаниях;
- Г) коллективе.

11. К социальным мотивам потребителя, используемым в рекламе относят ...

- А) надежность;
- Б) патриотизм;
- В) сострадание;

Г) гордость.

12. Рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение в рамках рекламной кампании – это ...

- А) эхо-фраза;
- Б) заголовок;
- В) вывод;
- Г) слоган.

13. Требование к имени торговой марки:

- А) легко произносимое;
- Б) состоит из одного слова;
- В) не должно содержать цифровых знаков;
- Г) должно сопровождаться изображением.

14. Рекламным идентификатором (константой фирменного стиля является):

- А) визитная карточка;
- Б) логотип;
- В) бланк;
- Г) штендер.

15. Наиболее эффективна реклама косметики, сопровождающаяся ...

- А) фотографией женского лица, на которой видны рекламируемые косметические средства;
- Б) инструкцией по использованию косметики;
- В) рисунком векторной природы с изображением косметических средств;
- Г) подробным описанием состава косметического средства.

16. Отметьте признак хорошего логотипа:

- А) небольшой размер логотипа;
- Б) сочетание знака и слова;
- В) использование геометрических форм;
- Г) цвет нужен, чтобы подкрепить концепцию, но логотип должен работать и в черно-белой версии.

17. Для создания основного рекламного текста рекомендуются ...

- А) шрифты с засечками;
- Б) рубленные шрифты;
- В) декоративные шрифты;
- Г) рукописные шрифты.

18. Площадь логотипа в рекламном объявлении

- А) 20%;
- Б) 5-10%;
- В) 10-15%;
- Г) 50%.

19. Придает видимость современного, модного, энергичного ... баланс

- А) асимметричный;
- Б) радиальный;
- В) симметричный;

Г) радиальный и симметричный баланс.

20. Перемещение – это ...

- А) принцип построения рекламы, определяющий взаимосвязанность рекламы со всей рекламной кампанией;
- Б) объединение всех элементов;
- В) принцип построения рекламы, благодаря которому внимание потребителя направляется в нужной последовательности;
- Г) чередование элементов в определенной последовательности.

21. Каждый элемент в рекламе должен занимать площадь, пропорциональную его значимости в рекламе – это принцип

- А) простоты;
- Б) четкости;
- В) единства;
- Г) соразмерности.

22. Реклама с обратной связью – это ...

- А) рассылка;
- Б) буклет;
- В) листовка;
- Г) рекламный ролик.

23. Нефальцованное рекламное издание, которое посвящено одному товару или нескольким товарам одного производителя, называется ...

- А) каталог;
- Б) прайс-лист;
- В) листовка;
- Г) брошюра.

24. К малоформатным печатным рекламным документам относится:

- А) баннер;
- Б) билборд;
- В) буклет;
- Г) пилларс.

25. Разновидность наружной рекламы, представляющая собой щит с наклеенным изображением размером 6х3 м, является рекламным сообщением для автомобилистов, называется ...

- А) сити-формат;
- Б) билборд;
- В) брандмауер;
- Г) пилларс.

26. Рекламное полотно, натягиваемое на глухие стены зданий, называется ...

- А) сити-формат;
- Б) суперсайт;
- В) брандмауер;
- Г) растяжка.

27. Полиграфия – это ...

- А) совокупность технических средств для получения большого количества одинаковых изданий и способов печатного размножения продукции;
 Б) подготовка публикаций;
 В) программа подготовки печатного издания;
 Г) подготовка и вывод на печать публикации.

28. Вывод на принтер страниц подготовленного макета в определенном порядке, называется ...

- А) параметры печати;
 Б) спуск полос;
 В) фальцовка;
 Г) биговка.

29. Вид плоской печати, основанный на печатании с передачей формы на бумагу посредством специальной промежуточной поверхности, называется ...

- А) высокая печать;
 Б) глубокая печать;
 В) офсетная печать;
 Г) многоцветная печать.

30. Фальцовка – это ...

- А) обработка сгиба;
 Б) подготовка к печати;
 В) складывание листа;
 Г) процесс формирования книжного блока.

Ключи к тесту

№ вопроса	Вариант ответа	№ вопроса	Вариант ответа	№ вопроса	Вариант ответа
1	г	11	в	21	а
2	в	12	г	22	а
3	в	13	а	23	в
4	б	14	б	24	в
5	а	15	а	25	б
6	а	16	г	26	в
7	б	17	а	27	а
8	а	18	б	28	б
9	а	19	а	29	в
10	б	20	в	30	в

Оценка	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно</i>	49% и меньше правильных ответов

Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
18	посещаемость 75 - 100 %
5	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Формы промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с зачетом

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным.

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
<i>Зачтено</i>	60 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Незачтено</i>	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано

5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта заданий включает: *тестовые задания*

Комплект заданий диагностической работы

ПК-1 Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	
1.	<i>Важной характеристикой рекламы является ... А) прямая коммуникация; Б) коммуникация от имени неизвестного спонсора; В) неоплаченная коммуникация; Г) распространение информации о чем-либо или о ком-либо (товаре, услуге, фирме, лице).</i>
2.	<i>В схеме проведения рекламной кампании стадия исследования включает следующий этап: А) анализ свойств товара; Б) позиционирование; В) выявление уникального торгового предложения; Г) выбор рекламоносителя.</i>

3.	Вид(ы) бумаги для печати офсетным способом: А) Офсетная бумага Б) Мелованная бумага В) Дизайнерская бумага Г) Самоклеющаяся бумага, оракал Д) Газетная
4.	Зарегистрированный товарный знак используется с предупредительной маркировкой А) @; Б) тм; В) ©; Г) Σ.
5.	Цветовая модель для макета печатной продукции: А) RGB Б) CMYK В) HSB Г) LAB Д) GRAYSCALE
6.	Если в макете использовать растровое изображение низкого разрешения... А) Изображение не напечатается Б) Изображение будет не резким В) Ничего Г) Возникнут проблемы с сохранением файла Д) Возникнет брак
7.	В основе мотивов деятельности людей лежат ... А) потребности; Б) знания; В) прогноз; Г) расчет.
8.	К потребностям самовыражения Маслоу А. относит потребность в А) творчестве; Б) уважении; В) уверенности; Г) коллективе.
9.	Какой формат файлов позволяет сохранять прозрачность слоя в Adobe Photoshop? А) JPEG 2000 Б) JPEG В) TIFF Г) PNG Д) Ai
10.	Технологический процесс разложения полноцветного изображения на 4 плоскости называется А) растриванием Б) автотипией В) прототипированием Г) цветodelением Д) допечатной подготовкой
11.	Содержимое изображения (фон, рисунок), выходящее за физический размер изделия при допечатной подготовке – это: А) вытяжка Б) обрезной формат

	<i>В) безопасная зона Г) формат после обрезки Д) выпуск под обрез</i>
12.	<i>Издание в виде одного или нескольких страниц печатного материала любого формата без скрепления, называется ...</i>
13.	<i>Комплекс аппаратного и программного обеспечения, предназначенный для подготовки публикации из текста и изображений, готового для передачи в типографию называют ... издательская система.</i>
14.	<i>Средство маркетинга, индивидуально обращенное и нацеленное на порождение ответного действия называется</i>
15.	<i>Вид графики, основными элементами которой являются схемы, графики, диаграммы, называется</i>
16.	<i>Форматы фалов растровых иллюстраций</i>
17.	<i>Функция рекламы, заключающаяся в повышении спроса и стимулировании товарооборота, называется...</i>
18.	<i>Увеличение числа рабочих мест или сохранение уже существующих является ... функцией рекламы</i>
19.	<i>Для работы со слоями необходим формат ...</i>
20.	<i>Нахождение однородной группы потребителей, которые одинаково понимают назначение и выгоду от использования товара, называют ...</i>