

**Компонент ОПОП 54.03.01 Дизайн**  
**Направленность (профиль) Дизайн среды и интерьера**  
наименование ОПОП

**Б1.О.29**  
шифр дисциплины

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Дисциплины  
(модуля)

**Полиграфический дизайн и реклама**

---

Разработчик:  
Филимонова В.В.,  
доцент каф. ИиД

Утверждено на заседании кафедры  
искусств и дизайна  
протокол № 7 от 02.04.2025 г.  
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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                      |                                                                   |
| <b>ОПК-4</b><br>Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна | ИД-1 <sub>ОПК-4</sub> Создает коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна<br>ИД-2 <sub>ОПК-4</sub> Применяет линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики<br>ИД-3 <sub>ОПК-4</sub> Демонстрирует способность проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы | <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные термины типографики (шрифт, кегль, начертание, интерлиньяж, пуансон, отбивка, втяжка, выключка);</li> <li>– понятия: макетирование, верстка, оригинал макет, спуск полос;</li> <li>– понятие и составляющие процессов макетирования и верстки публикации;</li> <li>– информационные и коммуникационные технологии поиска, хранения, обработки и анализа информации;</li> <li>– понятие, виды и функции рекламы;</li> <li>– этапы подготовки и проведения рекламной кампании;</li> <li>– этапы разработки</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять макетирование и верстку публикации в программах векторной компьютерной графики;</li> <li>– представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий;</li> <li>– создавать творческий бриф;</li> <li>– планировать проведение рекламной кампании;</li> <li>– разрабатывать фирменный стиль компании;</li> <li>– создавать и редактировать изображение, создавать макет в программах векторной графики Adobe Illustrator, Corel Draw;</li> <li>– выполнять обработку фотографии, создавать изображения,</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками управления цветом при подготовке публикации к печати</li> <li>– опытом работы с информационными технологиями в профессиональной деятельности</li> <li>– навыками проектирования и компьютерной обработки цифровой фотографии</li> <li>– подготовки оригинал-макета к печати;</li> <li>– проведения стадии исследования в подготовке рекламного продукта;</li> <li>– создания фирменного стиля и полиграфического рекламного комплекса</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплект заданий для выполнения практических работ;</li> <li>- тестовые задания;</li> </ul> | <p>Экзаменационные билеты</p> <p>Результаты текущего контроля</p> |

|                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                          |  |  |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| способы проектной графики.                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие рекламных идентификаторов , фирменного стиля;</li> <li>– компоненты фирменного стиля и требования к ним;</li> <li>– этапы проектирования полиграфической продукции;</li> <li>– понятие и составляющие процессов макетирования и верстки публикации;</li> <li>– виды технологий печати и после печатной обработки публикации;</li> <li>– понятие полиграфия, виды типографского оборудования.</li> </ul> | <p>компьютерный коллаж, рекламу в программе растровой графики Adobe Photoshop.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– .</li> </ul> |  |  |  |
| <p><b>ОПК-5</b></p> <p>Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях.</p> | <p>ИД-1<sub>ОПК-5</sub> Проявляет знания о специфике организации мероприятий в сфере дизайна</p> <p>ИД-2<sub>ОПК-5</sub> Владеет методами организации конкурсов, фестивалей, выставок</p> <p>ИД-3<sub>ОПК-5</sub> Демонстрирует навыки подготовки творческих мероприятий</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                          |  |  |  |

## 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<br>(«неудовлетворительно»)                                                                                                | Пороговый<br>(«удовлетворительно»)                                                                                                                                          | Продвинутый<br>(«хорошо»)                                                                                                                                            | Высокий<br>(«отлично»)                                                                                                                                                                               |
| <b>Полнота знаний</b>                                         | 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.                                                                                                                                       |
| <b>Наличие умений</b>                                         | 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.                                  |
| <b>Наличие навыков (владение опытом)</b>                      | 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.                |
| <b>Характеристика сформированности компетенции</b>            | 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><b>Отлично</b></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><b>Хорошо</b></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><b>Удовлетворительно</b></i>   | Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.                                         |
| <i><b>Неудовлетворительно</b></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**

##### **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, сопровождаемая ...**

- 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 экзаменом

Для дисциплин (модулей), заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена:

В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовой вариант экзаменационного билета:

1. Реклама. Виды рекламы.
2. Реклама в системе маркетинга и ее функции.
3. Реклама и маркетинговый процесс: стадия исследования.
4. Реклама и маркетинговый процесс: стратегическая стадия. Уникальное торговое предложение. Позиционирование товара.
5. 4Р маркетинга, структура бренда.
6. Реклама и маркетинговый процесс: стадия реализации.
7. Реклама и маркетинговый процесс: стадия оценки.
8. Рекламная коммуникация: цели, основные элементы, этапы.
9. Каналы распространения рекламы.
10. Медиапланирование и его содержание.
11. Потребитель и потребительское поведение.
12. Психологические типы потребителей и теории, объясняющие их поведение.
13. Группы мотивов, используемые в рекламе.
14. Определите понятие товара в рекламе.
15. Рекламное сообщение. Структура рекламного сообщения.
16. Фирменный стиль.
17. Значение знаков, символов и формы в рекламе.
18. Значение цвета в рекламе.
19. Рекламный образ и его формирование.
20. Определение рекламной кампании. Концепция рекламной кампании. Этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
21. Рекламные идентификаторы. Торговая марка. Товарный знак.
22. Композиция фирменного знака. Виды товарных знаков.
23. Разработка товарного знака. Требования, предъявляемые к разработке товарного знака.
24. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.
25. Полиграфическая рекламная продукция малых форм: листовки, буклеты, визитные карточки, плакаты и т.п.
26. Упаковка продукта. Товарная этикетка.
27. Реклама на радио.
28. Изобразительные средства телевизионной рекламы.

29. Наружная реклама.
30. Реклама в Интернет.
31. BTL и ATL рекламные технологии.
32. Предпечатная подготовка рекламной полиграфической продукции.
33. Печать и виды печати.
34. После печатная обработка полиграфической продукции.

---

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Мурманский арктический университет»  
(ФГАОУ ВО «МАУ»)**

2025\2026 учебный год  
Направление подготовки: 54.04.01 Дизайн  
Направленность (профили) Дизайн среды и интерьера  
Кафедра: Искусств и дизайна

Наименование дисциплины: Полиграфический дизайн и реклама

Экзаменационный билет № 1

Вопрос 1. Реклама. Виды рекламы

Вопрос 2. Фирменный стиль

Зав. кафедрой искусств и дизайна \_\_\_\_\_ (Терещенко Е.Ю.)

Утверждено на заседании кафедры искусств и дизайна  
Протокол № 1 от 1 сентября 2025 года

---

| Оценка                     | Критерии оценки ответа на экзамене                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Отлично</b>             | Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы. |
| <b>Хорошо</b>              | Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.                                                                                    |
| <b>Удовлетворительно</b>   | Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.                                                                                                                               |
| <b>Неудовлетворительно</b> | Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией, не ориентируется в источниках специализированных знаний.<br>Нет ответа на поставленный вопрос.                                                                                                                |

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» - 20 баллов, «4» - 15 баллов, «3» - 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля.

| Итоговая оценка по дисциплине (модулю) | Суммарные баллы по дисциплине (модулю), в том числе | Критерии оценивания                                                               |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Отлично</i>                         | 91 - 100                                            | Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне. Экзамен сдан |
| <i>Хорошо</i>                          | 81-90                                               | Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан                   |
| <i>Удовлетворительно</i>               | 70- 80                                              | Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан                       |
| <i>Неудовлетворительно</i>             | 69 и менее                                          | Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен                                |

**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**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОПК-4</b> Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно -пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики. |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Важной характеристикой рекламы является ...<br>А) прямая коммуникация;<br>Б) коммуникация от имени неизвестного спонсора;<br>В) неоплаченная коммуникация;<br>Г) распространение информации о чем-либо или о ком-либо (товаре, услуге, фирме, лице). |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | В схеме проведения рекламной кампании стадия исследования включает следующий этап:<br>А) анализ свойств товара;<br>Б) позиционирование;<br>В) выявление уникального торгового предложения;<br>Г) выбор рекламоносителя.                              |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Вид(ы) бумаги для печати офсетным способом:<br>А) Офсетная бумага<br>Б) Мелованная бумага<br>В) Дизайнерская бумага<br>Г) Самоклеющаяся бумага, оракал<br>Д) Газетная                                                                                |

|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4                                                                                                                                         | <p>Зарегистрированный товарный знак используется с предупредительной маркировкой</p> <p>А) @;<br/> Б) ТМ;<br/> В) ©;<br/> Г) Σ.</p>                                                                                                           |
| 5                                                                                                                                         | <p>Цветовая модель для макета печатной продукции:</p> <p>А) RGB<br/> Б) CMYK<br/> В) HSB<br/> Г) LAB<br/> Д) GRAYSCALE</p>                                                                                                                    |
| 6                                                                                                                                         | <p>Если в макете использовать растровое изображение низкого разрешения...</p> <p>А) Изображение не напечатается<br/> Б) Изображение будет не резким<br/> В) Ничего<br/> Г) Возникнут проблемы с сохранением файла<br/> Д) Возникнет брак</p>  |
| 7                                                                                                                                         | <p>В основе мотивов деятельности людей лежат ...</p> <p>А) потребности;<br/> Б) знания;<br/> В) прогноз;<br/> Г) расчет.</p>                                                                                                                  |
| 8                                                                                                                                         | <p>К потребностям самовыражения Маслоу А. относит потребность в</p> <p>А) творчестве;<br/> Б) уважении;<br/> В) уверенности;<br/> Г) коллективе.</p>                                                                                          |
| 9                                                                                                                                         | <p>Какой формат файлов позволяет сохранять прозрачность слоя в Adobe Photoshop?</p> <p>А) JPEG 2000<br/> Б) JPEG<br/> В) TIFF<br/> Г) PNG<br/> Д) Ai</p>                                                                                      |
| 10                                                                                                                                        | <p>Технологический процесс разложения полноцветного изображения на 4 плоскости называется</p> <p>А) растриванием<br/> Б) автотипией<br/> В) прототипированием<br/> Г) цветodelением<br/> Д) допечатной подготовкой</p>                        |
| <p><b>ОПК-5</b> Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях.</p> |                                                                                                                                                                                                                                               |
| 1                                                                                                                                         | <p>Содержимое изображения (фон, рисунок), выходящее за физический размер изделия при допечатной подготовке – это:</p> <p>А) вытяжка<br/> Б) обрезной формат<br/> В) безопасная зона<br/> Г) формат после обрезки<br/> Д) выпуск под обрез</p> |

|    |                                                                                                                                                                                                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2  | <i>Издание в виде одного или нескольких страниц печатного материала любого формата без скрепления, называется ...</i>                                                                            |
| 3  | <i>Комплекс аппаратного и программного обеспечения, предназначенный для подготовки публикации из текста и изображений, готового для передачи в типографию называют ... издательская система.</i> |
| 4  | <i>Средство маркетинга, индивидуально обращенное и нацеленное на порождение ответного действия называется</i>                                                                                    |
| 5  | <i>Вид графики, основными элементами которой являются схемы, графики, диаграммы, называется</i>                                                                                                  |
| 6  | <i>Форматы фалов растровых иллюстраций</i>                                                                                                                                                       |
| 7  | <i>Функция рекламы, заключающаяся в повышении спроса и стимулировании товарооборота, называется...</i>                                                                                           |
| 8  | <i>Увеличение числа рабочих мест или сохранение уже существующих является ... функцией рекламы</i>                                                                                               |
| 9  | <i>Для работы со слоями необходим формат ...</i>                                                                                                                                                 |
| 10 | <i>Нахождение однородной группы потребителей, которые одинаково понимают назначение и выгоду от использования товара, называют ...</i>                                                           |