

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

ЛИЧНЫЙ БРЕНД В ДИЗАЙНЕ

Направление подготовки *54.03.01. ДИЗАЙН*

Профиль подготовки *ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения *очная*

Раздел 1. Перечень компетенций

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Знать: - Потребности рынка труда и востребованные компетенции в профессиональной отрасли; Уметь: - Самостоятельно организовывать свою деятельность, заниматься самообразованием с использованием всех возможных инструментов; Владеть: - Разрабатывает поэтапный план-график последовательных шагов для достижения поставленной цели;	<i>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации. в рамках текущей аттестации, п.2.1</i> <i>Сбор материалов по темам раздела в рамках рубежной и промежуточной аттестации, п.2.1</i> <i>Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям в рамках текущей аттестации, п.2.1</i>
	УК- 6.4 Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	Знать: - Осознаёт возможности дальнейшего продвижения и саморазвития в профессиональной сфере; Уметь: - Планирует профессиональную карьеру с поэтапным продвижением в стратегическом направлении развития; Владеть: - Способностью к самоорганизации и самообразованию; - Реализует действия по совершенствованию своих профессиональных знаний и навыков.	<i>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации. в рамках текущей аттестации, п.2.1</i> <i>Сбор материалов по темам раздела в рамках рубежной и промежуточной аттестации, п.2.1</i> <i>Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям в рамках текущей аттестации, п.2.1</i>
ПК-3 Способен осуществлять самостоятельные научные исследования и изыскания в области прикладных и инновационных технологий искусства и дизайна; осваивает	ПК-3.3. Осуществляет самостоятельные прикладные и научно-практические исследования в области профессиональной деятельности в графическом дизайне	Знать: - Методику проведения научных, технологических и проектных исследований в дизайне; - Правила оформления результатов исследований; - Методику организации производственной работы в графическом дизайне; Уметь:	<i>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации. в рамках текущей аттестации, п.2.1</i> <i>Сбор материалов по темам раздела в рамках рубежной и промежуточной аттестации, п.2.1</i>

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
достижения научно-технического прогресса в области графического дизайна и в смежных областях; применяет результаты собственных исследований и технические инновации в практической и творческой работе.		<ul style="list-style-type: none"> - Планировать и проводить научные, технологические и проектные исследования; - Планировать и проводить подготовку к производственному циклу работ в графическом дизайне Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - Использует результаты научных, технологических и проектных исследований в собственной профессиональной деятельности; - Осуществляет работы по производству объектов 	<p><i>Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям в рамках текущей аттестации, п.2.1</i></p>
ПК-5 Способен создавать базовые виды расчётной документации для обеспечения профессиональной деятельности, применять на практике нормативные документы, регламентирующие работу в области графического дизайна и креативной индустрии, как персонально, так и в составе проектной организации.	ПК-5.2. Обладает актуальными знаниями материалов для продукции графического дизайна, их стоимости, свойств и качеств, распределения по ценовым группам	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - Ценовые показатели материалов, оборудования, работ в производстве объектов графического дизайна; - Формы нормативной финансовой и отчетной документации; Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - Выполнять экономические расчеты в профессиональной деятельности; Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - Оформляет проектную и расчетную документацию по профессиональной деятельности; 	<p><i>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации. в рамках текущей аттестации, п.2.1</i></p> <p><i>Сбор материалов по темам раздела в рамках рубежной и промежуточной аттестации, п.2.1</i></p> <p><i>Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям в рамках текущей аттестации, п.2.1</i></p>

Раздел 2. Типовые и оригинальные контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

2.1. Задания практико-ориентированного и исследовательского уровня

2.1.3. Тестовые задания, контролирующие сформированность компетенций – УК-6 / ПК-3 /ПК-5

УК-6

1. Что такое личный брендинг в графическом дизайне?
 - a) Процесс создания уникальных логотипов для компаний.
 - b) Создание уникального стиля, логотипа и общей концепции, чтобы подчеркнуть свою уникальность и узнаваемость в качестве графического дизайнера.**
 - c) Процесс создания полиграфической продукции для компаний.
2. Какой фактор является важным при создании личного бренда в графическом дизайне?
 - a) Шрифт и цвета.
 - b) Уникальный логотип.**
 - c) Функциональность и удобство использования.
3. Какие элементы входят в процесс разработки личного бренда?
 - a) Логотип, визитная карточка и типографика.**
 - b) Цвета и фон.
 - c) Оригинальные иллюстрации и текст.
4. Какой из нижеперечисленных вариантов лучше всего описывает положительные черты личного бренда?
 - a) Уникальность, узнаваемость и профессионализм.**
 - b) Большой объем работы и сложность.
 - c) Цветность, яркость и большое количество деталей.
5. Какой из следующих элементов является важным при создании визитной карточки в рамках личного бренда?
 - a) Яркие цвета и интересный фон.
 - b) Четко прописанная информация и логотип.**
 - c) Большое количество деталей и рисунков.
6. Каким образом портфолио может помочь в развитии личного бренда в графическом дизайне?
 - a) Показывает примеры вашей работы и способности.**
 - b) Позволяет сказать о вашей профессиональной компетентности.**
 - c) Не имеет значения - портфолио не является важным элементом личного бренда.
7. Каким образом использование нестандартных шрифтов и типографики может помочь в создании личного бренда?
 - a) Демонстрирует вашу оригинальность и творческий подход.**
 - b) Любой шрифт подходит.
 - c) Создает путаницу и затрудняет восприятие информации.
8. Каким образом поиск информации и вариантов решения задачи влияет на качество проектного решения в графическом дизайне?
 - a) Обеспечивает разнообразие и оригинальность идей;
 - b) Улучшает соответствие проекта целевой аудитории;
 - c) Позволяет избежать повторения уже существующих решений;
 - d) Все вышеперечисленное.**

ПК-3

1. Что представляет собой личный бренд?
 - A) Процесс создания и продвижения личности в качестве бренда.**
 - B) Технология, позволяющая скрыть личность дизайнера.
 - C) Метод манипуляции целевой аудиторией.

2. Какую роль играет личный бренд в дизайне?
А) **Улучшает узнаваемость дизайнера и его работ.**
В) Создает преграды для взаимодействия с клиентами.
С) Ограничивает возможность креативного выражения.
3. Какие элементы помогают формированию личного бренда дизайнера?
А) Логотип и слоган.
В) **Портфолио и сетевые профили.**
С) Рекламный бюджет и рекламные кампании.
4. Какое значение имеет наличие активных профилей в социальных сетях для дизайнера?
А) **Увеличивает доверие клиентов и показывает актуальность работ.**
В) Создает зависимость и отвлекает от работы.
С) Отрицательно влияет на личную жизнь.
5. Какие современные технологии помогают улучшить личный бренд дизайнера?
А) **Виртуальная реальность и дополненная реальность.**
В) Радио и телеграф.
С) Пастеризация и радиоактивность.
6. Зачем дизайнеру знать технические аспекты своей работы?
А) **Для эффективного взаимодействия с разработчиками и программистами.**
В) Для создания загадочности и мистического имиджа.
С) Для формирования собственной секты поклонников.
7. Какие навыки помогут дизайнеру создать успешный личный бренд?
А) **Умение эффективно коммуницировать и налаживать отношения с клиентами.**
В) Магические способности и ясновидение.
С) Владение английским и математикой.
8. Какие методы продвижения личного бренда в дизайне являются эффективными?
А) **Сетевые партнерства и участие в релевантных мероприятиях.**
В) Закупка подписчиков и воздействие на подсознание.
С) Траты на наружную рекламу и ТВ ролики.
9. Каким образом личный бренд дизайнера может влиять на карьеру?
А) **Помогает выделиться на рынке труда и получить лучшие проекты.**
В) Ограничивает возможности для профессионального роста.
С) Не имеет никакого воздействия на карьеру дизайнера.

ПК-5

1. Какой вид расчётной документации используется для оценки стоимости работ по проекту?
а) Технический паспорт
b) **Смета**
с) Техническое задание
d) Спецификация
2. В какой нормативный документ включены требования к созданию проектной документации?
а) Технический регламент
b) Стандарты дизайна
с) Технические условия
d) **ГОСТ**

3. Для чего используется Перечень объемов и видов работ?
- a) Для определения стоимости работ
 - b) Для описания последовательности работ**
 - c) Для определения требований к материалам
 - d) Для составления договора на выполнение работ
4. Какая информация содержится в техническом паспорте объекта дизайна?
- a) Техническое описание
 - b) Стоимость проекта
 - c) Сроки выполнения работ
 - d) Технические характеристики материалов и оборудования**
5. Какой из нормативных документов регламентирует оформление расчётной документации?
- a) Положение о документации**
 - b) Стандарты дизайна
 - c) Нормы времени на операции
 - d) Производственный календарь
6. Какая функция выполняется с помощью спецификации?
- a) Расчет стоимости материалов
 - b) Описание последовательности работ
 - c) Определение объемов работ
 - d) Уточнение технических характеристик материалов**
9. Каким образом профессионал, занимающийся дизайном, может использовать проектную деятельность в личном бренде?
- a) Проводить презентации своих проектов
 - b) Организовывать выставки своих работ
 - c) Принимать участие в конкурсах и выигрывать призы
 - d) Активно продвигаться в социальных сетях и создавать уникальный стиль**

2.1.2 Примерные темы и вопросы для семинарских занятий по разделу дисциплины. Компетенции – УК-6 / ПК-3 /ПК-5.

Раздел 1. Введение в Брэндинг. Понятие личный бренд в графическом дизайне. Определения бренда. (доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 1(2 ч.) (Коммуникации: понятие и виды. Эффективность.)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример личного бренда в графическом дизайне.
- Привести пример использования теоретических основ брэндинга в графическом дизайне.
- Привести пример коммуникаций в брэндинге, рассмотреть их эффективность.
- Рассмотреть эффективность коммуникаций в брэндинге

Тема 2(2 ч.) (Бренд и связанные понятия)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример использования личного бренда в графическом дизайне.
- Привести пример использования понятия торговая марка в графическом дизайне.
- Привести пример использования понятия товарный знак в графическом дизайне.
- Привести пример использования понятия нематериальные активы в графическом дизайне.

Раздел 2. История брэндинга. Бренд и репутация. Проекты брэндинга. (доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 3(2 ч.) (Эмоциональный капитал бренда.)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример использования эмоциональный капитал бренда на примере проектов брендинга в графическом дизайне.
- Привести пример использования эмоциональный капитал бренда на примере проектов брендинга в полиграфии
- Привести пример использования эмоциональный капитал бренда на примере проектов брендинга в веб-дизайне.

Тема 4(2 ч.) (Бренд и репутация. Проекты брендинга.)

Вопросы для обсуждения:

- Определения Бренд и репутация.
- Определения Проекты брендинга
- Привести определения лояльности.
- Рассмотреть уровни лояльности: от удовлетворенного покупкой к проповеднику бренда.

Тема 5(2 ч.) (Механизмы формирования лояльности.)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример механизмов формирования лояльности личного бренда на примере проектов брендинга в графическом дизайне
- Привести пример механизмов формирования лояльности личного бренда на примере проектов брендинга в полиграфии
- Привести пример механизмов формирования лояльности личного бренда на примере проектов брендинга в веб-дизайне

Раздел 3. SWOT-анализ личности.(доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 6(2 ч.) (SWOT-анализ личности.)

Вопросы для обсуждения:

- Пройти SWOT-анализ личности.
- Гештальтпсихология и терапия
- Стратегии личного роста и саморазвития

Тема 7(2 ч.) (Гештальт психология, личностное самоопределение и саморазвитие.)

Вопросы для обсуждения:

- Гештальт психология
- Личностное самоопределение и саморазвитие.
- Как закрыть гештальт
- Целеполагание и самоопределение
- Эволюция внутреннего я.
- Гармоничная личность и визуальная культура

Раздел 4. Оформление личного бренда в графическом дизайне.(доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 8(2 ч.) (Архитектура брендов компании и личного бренда.)

Вопросы для обсуждения:

- Оформление личного бренда в графическом дизайне.
- Архитектура брендов компании и личного бренда.
- Анализ марочного портфеля.

- Привести пример архитектуры бренда компании и личного бренда на примере проектов брэндингов в графическом дизайне.
- Привести пример архитектуры бренда компании и личного бренда на примере проектов брэндингов в полиграфии.
- Привести пример архитектуры бренда компании и личного бренда на примере проектов брэндингов в веб-дизайне.

Тема 9 (2 ч.) (Представители брендменеджмента: обзор.)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример американских представителей бренд менеджмента
- Привести пример европейских представителей бренд-менеджмента
- Привести пример российских представителей бренд-менеджмента.

Тема 10(2 ч.) (Сравнительный анализ моделей бренда)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример американских представителей бренд менеджмента
- Привести пример европейских представителей бренд-менеджмента
- Привести пример российских представителей бренд-менеджмента.
- Сравнительный анализ моделей бренда различных авторов.
- Антибрендинг: новые вызовы.

Раздел 5. Продвижение личного бренда в графическом дизайне. Анализ поведения потребителя. Сегментирование. Выбор целевых сегментов. Определение желаемой позиции в сознании потребителей.(доклады/ сообщения к семинарскимзанятиям и т.п.).

Тема 11(2 ч.) (Формирование имиджа бренда.)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример Формирование имиджа бренда.
- Атрибуты и ценности бренда в графическом дизайне.
- Продвижение личного бренда в графическом дизайне.
- Анализ поведения потребителя.

Тема 12(2 ч.) (Позиционирование: обретение желаемой позиции в умах потребителей.)

Вопросы для обсуждения:

- Анализ поведения потребителя.
- Сегментирование.
- Выбор целевых сегментов.
- Определение желаемой позиции в сознании потребителей.
- Привести пример и раскрытьстратегии позиционирования: обретение желаемой позиции в умах потребителей.

Раздел 6. Продвижение бренда в соцсетях.(доклады/ сообщения к семинарскимзанятиям и т.п.).

Тема 13(2 ч.) (Креативные технологии продвижения бренда в соцсетях по мотивам, потребностям, интересам, культурным особенностям.)

Вопросы для обсуждения:

- Продвижение бренда в соцсетях.
- Проанализируйте сильные и слабые стороны вашего продукта
- Определитесь с целями
- Проведите анализ конкурентов и целевой аудитории
- Найдите каналы продвижения и следите за трендами

- *Создайте креатив*
- *Сделайте качественный контент*
- *Продвигайте услуги в тематических сообществах и у лидеров ниши*
- *Создайте вирусный контент и запустите конкурсы*
- *Контролируйте успешность стратегии*

Тема 14(2 ч.) (*Креативная стратегия продвижения бренда в соцсетях. Выбор технологий, каналов, инструментов.*)

Вопросы для обсуждения:

- *Привести пример и раскрыть стратегии позиционирования: обретение желаемой позиции в умах потребителей.*
- *Привести пример и раскрыть возможные креативные технологии по мотивам, потребностям, интересам, культурным особенностям.*

Тема 15(2 ч.) (*Продвижение бренда по-новому: инновационные и нестандартные способы взаимодействия с потребителем.*)

Вопросы для обсуждения:

- *Продвижение бренда в соцсетях.*
- *Личностное самоопределение и саморазвитие.*
- *Креативная стратегия.*
- *Выбор технологий, каналов, инструментов.*
- *Продвижение бренда по-новому: инновационные и нестандартные способы взаимодействия с потребителем.*

Раздел 7. Визуальное и лингвистическое позиционирование бренда в графическом дизайне. (доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 16(2 ч.) (*Визуальное и лингвистическое позиционирование бренда в графическом дизайне.*)

Вопросы для обсуждения:

- *Привести пример и раскрыть возможное визуальное и лингвистическое позиционирование личного бренда в графическом дизайне.*
- *Определение целей и личности бренда.*
- *Исследование рынка и пользователей.*
- *Логотип.*
- *Визуальные элементы бренда*
- *Фирменный стиль бренда*
- *Руководство по стилю*

Тема 17(2 ч.) (*Бенчмаркинг.*)

Вопросы для обсуждения:

- *Составляющий бенчмаркинга*
- *Цель*
- *Задачи*
- *4 уровня изучения*
- *Правила*
- *Виды бенчмаркинга*
- *Вид 1. Внутренний*
- *Вид 2. Внешний*
- *Что сравнивается в процессе*
- *Шаг 1. Отбор показателей*
- *Шаг 2. Составление критериев оценки*
- *Шаг 3. Выбор компании*

- Шаг 4. Сбор информации
- Шаг 5. Анализ и адаптация

Тема 18(2 ч.) (*Ассоциативное проектирование, поиск метафоры, создание метаморфозы.*)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример и раскрыть возможное визуальное и лингвистическое позиционирование личного бренда в графическом дизайне.
- Ассоциативное проектирование своего бренда
- поиск метафоры на примере личного бренда в графическом дизайне,
- создание метаморфозы на примере личного бренда в графическом дизайне.

Раздел 8. Жизненный цикл бренда. Стратегии управления брендом на различных этапах жизненного цикла. (доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 19(2 ч.) (*Жизненный цикл бренда. Стратегии управления брендом на различных этапах жизненного цикла.*)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример и раскрыть старение бренда: признаки, методы их выявления.
- Показатели старения бренда.
- Появление новых конкурентов
- Изменение потребностей
- Старение аудитории
- Мода
- Модернизация рынка
- Точки контакта бренда.
- Омолождение бренда.

Тема 20(2 ч.) (*«Вторая жизнь»: стратегии омоложения брендов. Ребрендинг. Рестайлинг. Фандрайзинг.*)

Вопросы для обсуждения:

- Показатели старения бренда.
- Точки контакта бренда.
- Омолождение бренда.
- Понятие: Ребрендинг.
- Понятие: Рестайлинг.
- Понятие: Фандрайзинг.

Раздел 9. Модель продвижения товаров и услуг при помощи личного бренда в графическом дизайне. (доклады/ сообщения к семинарским занятиям и т.п.).

Тема 21(2 ч.) (*Пирамида бренда. Коммуникационное поле. Стратегии брендинга.*)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример модели продвижения товаров и услуг при помощи личного бренда в графическом дизайне.
- Привести пример и раскрыть понятия: пирамида бренда, коммуникационное поле.
- Привести пример и раскрыть стратегии брендинга.
- Привести пример и раскрыть совершенствование идентичности бренда.
- Привести пример и раскрыть как усилить влияние бренда на потребителей.

Тема 22(2 ч.) (*Алгоритмы само пиара.*)

Вопросы для обсуждения:

- Привести пример и раскрыть алгоритмы само пиара. PR как инструмент эффективного брендинга.

- Привести пример и раскрыть влияние личного бренда в графическом дизайне на моду.
- Привести пример и раскрыть влияние качественной разработки креативного брифа на результаты рекламной кампании.

2.1.3 Примерные темы докладов-презентаций/ сообщений к семинарским занятиям по разделу дисциплины. Компетенции –УК-6 / ПК-3 / ПК-5

Доклады-презентации проводятся на семинарах, каждому из обучающихся предлагается самостоятельно выбрать или предложить свою тему доклада в контексте изучаемого раздела дисциплины, например:

- Привести пример использования теоретических основ брэндинга в графическом дизайне.
- Привести пример коммуникаций в брэндинге, рассмотреть их эффективность.
- Привести пример использования личного бренда в графическом дизайне и связанных понятий (торговая марка, товарный знак, нематериальные активы и др.).
- Привести пример использования эмоциональный капитал бренда на примере проектов брэндинга в графическом дизайне
- Привести определения лояльности. Рассмотреть уровни лояльности: от удовлетворенного покупкой к проповеднику бренда.
- Привести пример механизмов формирования лояльности личного бренда на примере проектов брэндинга в графическом дизайне
- SWOT-анализ личности.
- Гештальт психология, личностное самоопределение и саморазвитие.
- Привести пример архитектуры бренда компании и личного бренда на примере проектов брэндинга в графическом дизайне. Анализ марочного портфеля.
- Привести примера американских представителей бренд менеджмента
- Привести пример европейских представителей бренд-менеджмента
- Привести пример российских представителей бренд-менеджмента.
- Сравнительный анализ моделей бренда различных авторов. Антибрэндинг: новые вызовы.
- Привести пример Формирование имиджа бренда.
- Атрибуты и ценности бренда в графическом дизайне.
- Привести пример и раскрыть стратегии позиционирования: обретение желаемой позиции в умах потребителей.
- Привести пример и раскрыть возможные креативные технологии по мотивам, потребностям, интересам, культурным особенностям.
- Креативная стратегия. Выбор технологий, каналов, инструментов.
- Продвижение бренда по-новому: инновационные и нестандартные способы взаимодействия с потребителем.
- Привести пример и раскрыть возможное визуальное и лингвистическое позиционирование личного бренда в графическом дизайне.
- Ассоциативное проектирование, поиск метафоры, создание метаморфозы.
- Привести пример и раскрыть старение бренда: признаки, методы их выявления.
- Привести пример и раскрыть стратегии омоложения брендов. Ребрэндинг. Рестайлинг. Фандрайзинг.
- Привести пример и раскрыть понятия: пирамида бренда, коммуникационное поле.
- Привести пример и раскрыть стратегии брэндинга.
- Привести пример и раскрыть совершенствование идентичности бренда.
- Привести пример и раскрыть как усилить влияние бренда на потребителей.
- Привести пример и раскрыть алгоритмы само пиара. PR как инструмент эффективного брэндинга.
- Привести пример и раскрыть влияние личного бренда в графическом дизайне на моду.

- Привести пример и раскрыть влияние качественной разработки креативного брифа на результаты рекламной кампании.

Доклад-презентация готовится обучающимся по выбранной теме. Представляет собой краткое изложение наиболее существенных аспектов профессиональной проблематики применительно к выбранному явлению, персоналии или произведению искусства и графического дизайна.

Экранная презентация является визуальным сопровождением устного доклада. Она не должна быть тождественна докладу, но должна расширять, дополнять сказанное. Давать опорную визуальную информацию, которая нуждается в представлении и комментарии докладчика. Может так же содержать элементы инфографики: схемы, таблицы, диаграммы, расширяющие восприятие материалов доклада.

Объем экранной презентации – от 15 до 25 слайдов, длительность доклада – 10-15 минут. Выполняется экранная презентация в приложении PowerPoint, как многостраничный файл, адаптированный к формату интерактивной доски (пропорция изображения -16:9).

Доклад предполагает осмысление и анализ произведений искусства или достижений графического дизайна, выбранного обучающимся по изучаемой проблеме, умение сформулировать роль и значимость объекта изучения, демонстрацию глубокого ознакомления с объектом изучения и навык сбора приоритетной визуальной информации.

2.1.4 Примерная структура самостоятельной исследовательской работы(к разделам 2-5)

Все типы заданий, выполняемых студентами, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе содержат установку на приобретение и закрепление определенного Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования объема знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

Некоторые задания требуют пояснения:

1. Прокомментировать высказывание - объяснить, какая идея заключена в отрывке, о какой позиции ее автора она свидетельствует.
2. Сравнить - выявить сходство и различие позиций по определенным признакам.
3. Обосновать один из нескольких предложенных вариантов ответа - привести аргументы в пользу правильности выбранного варианта ответа и указать, в чем ошибочность других вариантов.
4. Аргументировать (обосновать, доказать, объяснить) ответ - значит:
 - а) оправдать (опровергнуть) некоторую точку зрения;
 - б) обосновать свою точку зрения, опираясь на теоретические или практические обобщения, данные и т.д.
5. Провести анализ - разложить изучаемые явления на составные части, сопоставить их с целью выявления в них существенного, необходимого и определяющего.
6. Тезисно изложить идею, концепцию, теорию - используя материал учебных пособий и другой литературы, кратко, но не в ущерб содержанию сформулировать основные положения учения.
7. Дать характеристику, охарактеризовать явления - значит назвать существенные, необходимые признаки какого-либо явления (положения какой-либо теории) и выявить особенности.
- 8. Изобразить схематически - значит раскрыть содержание ответа в виде таблицы, рисунка, диаграммы и других графических форм

Критерии оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов

Формой текущего контроля самостоятельной работы по курсу является оценка работы студентов на семинарских (практических) занятиях.

В соответствии с целями и задачами курса выполнение самостоятельной работы предполагает следующие оценки знания:

Максимальное количество – 10 баллов – студент получает при выполнении следующих условий:

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского (практического) занятия;
- активное использование дополнительной рекомендуемой литературы по курсу;
- умение находить требующуюся информацию, анализировать и интерпретировать ее в соответствии с целями и задачами семинарского (практического) занятия;
- умение ориентироваться во всем массиве изучаемого материала, соотносить новый материал с пройденным;

• наличие конспекта источников по теме, изучаемой самостоятельно студентом;

• умение использовать термины;

• умение сформировать и обосновать свою позицию, аргументировать ее;

• умение сформулировать общие выводы и тезисы по выбранной теме;

• оформление конспектов в соответствии с требованиями.

7 баллов студент получает при выполнении следующих условий:

• выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;

• использование дополнительной рекомендуемой литературы по изучаемой теме;

• умение достаточно полно раскрыть тему;

• умение использовать термины;

• наличие списка источников по изучаемой теме.

5 баллов студент получает при выполнении следующих условий:

• выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского занятия;

• умение достаточно полно раскрыть тему..

2.2. Текущая аттестация

Текущая аттестация (контроль формирования компетенций) осуществляется постоянно, начиная с первой недели семестра. Средствами текущей аттестации является контроль готовности к занятиям, учитывающий посещение занятий студентом; его готовность к семинарским занятиям, подготовка докладов и презентаций в процессе самостоятельной работы. Результаты текущей аттестации преподаватель фиксирует в журнале учебной группы, где указывает посещение и качество аудиторной работы студента.

2.3. Рубежная аттестация

Рубежная аттестация осуществляется по окончании освоения раздела «основы гештальтпсихологии в искусстве». Рубежная аттестация проводится в виде семинара: развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации заданий по завершеному разделу дисциплины (разделы 1-4) или оценки доклада-презентации по выбранной студентом теме. Таким образом, рубежная аттестация проводится на 8 и 16-17 неделях 8 семестра.

2.4. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация – зачет с оценкой – проводится в рамках экзаменационной сессии по итогам 8 семестра обучения в форме Опроса, развернутая беседа с обсуждением докладов и презентаций, выполненных студентами за семестр.

2.5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания выполненных заданий практико-ориентированного уровня

2.5.1. Оценивание докладов-презентаций обучающихся на занятии семинарского типа

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
--------------------	------------	----------

Зачтено	УК-6 / ПК-3 / ПК-5 1. Ценность и глубина собранных материалов 2. Структура доклада, логическое построение 3. Оформление экранной презентации	<ul style="list-style-type: none"> • Не поверхностные данные из профессиональных источников информации; • Логически стройное построение доклада, четкая структура; • Качественное визуальное оформление экранной презентации • Владение научной речью; • Свободное владение профессиональной терминологией; • Качественно выполненный анализ, оценка материалов и объектов дизайна, представленных в докладе.
Не зачтено	4. Стилистика научной речи 5. Владение профессиональной терминологией 6. Анализ и оценка представленных материалов и объектов дизайна	<ul style="list-style-type: none"> • Поверхностные недостоверные данные из непрофессиональных источников информации; • Нелогичное построение доклада, отсутствие ясной структуры; • Некачественное визуальное оформление экранной презентации; • Невладение научной речью; • Незнание и невладение профессиональной терминологией; • Неумение произвести анализ и оценку материалов и объектов дизайна, представленных в докладе.

2.5.2 Оценивание активности и участия студентов на занятии семинарского типа (участие в обсуждение, дополнительные вопросы, уточнения) по освоению разделов дисциплины

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
Зачтено	УК-6 / ПК-3 / ПК-5 1. Степень активности участия в общей дискуссии, осознанность и вовлеченность 2. Ценность и глубина заданных вопросов и замечаний	<ul style="list-style-type: none"> • Активность, осознанность и вовлеченность в общую дискуссию, • Логически стройное построение вопроса или дополнения, четкая структура; • Владение научной речью; • Свободное владение профессиональной терминологией; • Качественно выполненный анализ, оценка материалов, представленных в докладе.
Не зачтено	3. Логическое построение вопроса 4. Стилистика научной речи 5. Владение профессиональной терминологией 6. Анализ и оценка представленных докладчиком материалов	<ul style="list-style-type: none"> • Пассивность, не участие в общей дискуссии, поверхностные вопросы с ссылками на непрофессиональные источники информации; • Нелогичное построение вопроса, отсутствие ясной структуры; • Невладение научной речью; • Незнание и невладение профессиональной терминологией; • Неумение произвести анализ и оценку материалов, представленных в докладе.

2.5.3 Оценивание выполнения самостоятельной работы

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
Зачтено	УК-6 / ПК-3 / ПК-5 1. Сбор материалов по теме исследования и подготовка к докладу-презентации; 2. Самостоятельный разбор, систематизация и анализ материалов в контексте темы исследования	<ul style="list-style-type: none"> • Проведен необходимый сбор; материалов по теме исследования; • Проведены систематизация и анализ материалов; • Самостоятельная работа обладает полнотой, научность, связанностью и уникальностью в необходимом объёме; • Самостоятельная работа выполнена своевременно в требуемом объеме; • Достигнуто необходимое качество визуального оформления экранной презентации, по теме исследования
Не зачтено	3. Полнота, научности связанность самостоятельной работы с консультациями; 4. Своевременность выполнения самостоятельной работы; 5. Методичность выполнения самостоятельной работы; 6. Качественное визуальное оформление экранной презентации, по теме исследования;	<ul style="list-style-type: none"> • Сбор материалов не выполнен, или не отвечает теме, или не достаточен; • Осмысление и анализ материалов не проведены или сделаны ошибочные выводы; • Самостоятельная работа не обладает полнотой, научность, связанностью и уникальностью в необходимом объёме; • Самостоятельная работа не выполняется или выполняется несвоевременно; • Качество визуального оформление экранной презентации, по теме исследования, не позволяет успешно представить доклад;

2.5.4 Оценивание выполнения требований рубежной аттестации: развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации заданий по завершённому разделу дисциплины (разделы 1-4)

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
Зачтено	УК-6 / ПК-3 / ПК-5	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «зачтено».

Не зачтено		<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.
------------	--	--

2.5.5 Оценивание выполнения требований промежуточной аттестации: проводится в форме Опроса, развернутая беседа с обсуждением докладов и презентаций, выполненных студентами за семестр.

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Зачтено (отлично)	УК-6 / ПК-3 / ПК-5	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закреплённая за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.
Зачтено (хорошо)		<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».

<p>Зачтено (удовлетворительно)</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».
<p>Не зачтено (неудовлетворительно)</p>	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.