

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Фирменный стиль, бренд и имидж

Код модуля
1158802(1)

Модуль
Организация деятельности предприятий сервиса в
сфере креативных индустрий

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Фирменный стиль, бренд и имидж

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	2	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Фирменный стиль, бренд и имидж

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-6 -Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	З-2 - Обосновать роль профессиональной культуры и значимость соблюдения профессиональных этических норм для успешной профессиональной деятельности П-2 - Составлять план мероприятий по формированию и поддержанию профессиональной культуры У-2 - Самостоятельно выбирать каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-1 -Способен применять технологические	П-4 - Владеть методиками и технологией разработки	Домашняя работа Контрольная работа Лекции

новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса (Сервис)	продуктов в сфере дизайна и рекламы	Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-4 -Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (Сервис)	<p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p> <p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>
ПК-10 -Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса (Сервис)	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p> <p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>

	<p>интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса</p> <p>З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности</p> <p>П-1 - Осуществлять планирование коммуникационной деятельностью предприятия в сфере сервиса</p> <p>П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики</p> <p>У-1 - Пользоваться нормативными документами в области интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p>	
<p>ПК-13 -Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий (Сервис)</p>	<p>З-3 - Методы сбора и анализа информации, проведения исследований в процессе проектирования и создания визуального продукта</p> <p>П-3 - Применять средства и методы дизайн-технологий для выполнения проектов в сфере дизайна и рекламы</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>
<p>ПК-14 -Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (Сервис)</p>	<p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>З-2 - Охарактеризовать специальные программы и сервисы позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-5 - Выполнять планирование и разработку услуги с использованием ресурсов информационных технологий</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>

	<p>П-7 - Иметь опыт использования специальных программ и сервисов, позволяющих осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-2 - На основе анализа проблемы и имеющихся данных, подбирать программы и сервисы позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p>	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	8,8	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	8,8	50
<i>работа на занятии</i>	8,8	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		

Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для

	продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Построение логотипа
2. Построение фирменного бланка и официального письма
3. Построение фирменного стиля на основе разработанного логотипа
4. Выбор цветового сочетания с использованием сервиса Adobe Color
5. Нанесение элементов фирменного стиля на мок-апы футболок, кружек, автотранспорта и т.д.

Примерные задания

Тема: Построение фирменного стиля на основе разработанного логотипа

На основе разработанного логотипа создать элементы фирменного стиля:

- фирменные цвета;
- фирменные шрифты;
- патерны, градиенты, стилеобразующие элементы;
- корпоративный герой;
- документация (бланки документов, визиток, конвертов и т.п.)
- сувенирная продукция;
- рекламная продукция.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Разработка элементов фирменного стиля

Примерные задания

Разработка элементов фирменного стиля с учетом брифа (технического задания) данного преподавателем.

Студент разрабатывает элементы фирменного стиля согласно требованиям заказчика, зафиксированным в брифе.

Цель задания: отработка навыков разработки элементов фирменного стиля, согласно требованиям.

План:

- 1) Построение логотипа по заданным критериям
- 2) Построение фирменного бланка и официального письма
- 3) Построение бланка приглашения

- 4) Построение фирменного стиля на основе разработанного логотипа
- 5) Нанесение элементов фирменного стиля на мок-апы футболок, кружек, автотранспорта и т.д.
- 6) Построение брендбука на основе фирменного стиля

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Теоретические и практические аспекты влияния фирменного стиля на бренд и имидж

Примерные задания

Выполнение не менее 2-х заданий из списка.

1. Нанесение элементов фирменного стиля на мок-апы футболок, кружек, автотранспорта и т.д. в редакторах компьютерной графики на выбор.
2. Подготовка доклада на тему: Сравнение фирменных стилей компаний(отрасль по выбору)
3. Подготовка доклада на тему: Представление компаний в виртуальных средах. Роль фирменного стиля
4. Подготовка доклада на тему: Особенности формирования имиджа в интернет
5. Подготовка доклада на тему: Специфика формирования бренда в интернет
6. Подготовка доклада на тему: Выбор шрифтовой гарнитуры для фирменного стиля компании

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Дайте определение понятию имидж
2. Дайте определение понятию бренд
3. Опишите основные элементы фирменного стиля и их функции
4. Опишите основные различия фирменного стиля для онлайн-предприятия и оффлайн компании
5. Перечислите основные экономические факторы формирования имиджа
6. Имидж компании
7. Бренд компании
8. Фирменный стиль компании
9. Перечислите основные особенности функционала имиджа для внешней и внутренней аудитории
10. Перечислите этические ограничения использования мок-апов в качестве иллюстраций брендбука
11. Перечислите этические и правовые ограничения использования нейросетей в формировании фирменного стиля
12. Правовые аспекты при разработке и использовании бренда и фирменного стиля

13. Назовите основные функции фирменного стиля и брендбука
14. Перечислите перспективные направления развития фирменного стиля на 2023-2030 г.: носители, тенденции, тренды
15. Соотнесите понятия бренда, фирменного стиля и имиджа
16. Бриф для разработки бренда, фирменного стиля
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-10	У-1	Практические/семинарские занятия