



ФГОС ВО
(версия 3++)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»**

**ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2026**

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра дизайна и компьютерных технологий

Фонд оценочных средств
по дисциплине
«ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»
программа бакалавриата
«Графический дизайн»
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн
квалификация: бакалавр

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2026

Фонд оценочных средств по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) «Графический дизайн» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

Автор-составитель: Тюрин В.В., профессор кафедры дизайна и компьютерных технологий, член союза дизайнеров РФ.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» как составная часть ОПОП на заседании совета декоративно-прикладного творчества рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 19.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/Д ДГ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» как составная часть ОПОП утвержден на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 25.05.2026
2027/28	

1. СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Проектирование в графическом дизайне»

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- комплектом аттестационных педагогических измерительных материалов;
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС В СОСТАВЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. *Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования* Таблицы 8, 9

6.2.2. *Описание шкал оценивания.*

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (зачете) (пяти-балльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. *Материалы для подготовки к экзамену (зачету).* Таблица 12, 13.

6.3.2. *Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.*

6.3.3. *Методические указания по выполнению курсовой работы.*

6.3.4. *Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.*

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. КОМПЛЕКТ АТТЕСТАЦИОННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Спецификация АПИМ

Цель АПИМ	Оценка учебных достижений
Функция АПИМ	Контроль, диагностика
Вид контроля	Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний
Модель АПИМ	Уровневая модель представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий: – Блок 1. Задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»; – Блок 2. Задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. – Блок 3. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, проследивать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. – Блок 4. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме открытых вопросов, предполагающих краткий свободный ответ.
Количество тестовых заданий	Не каждую компетенцию должно быть разработано 40 заданий, в т. ч. Блок 1 – 10 тестовых заданий; Блок 2 – 10 тестовых заданий; Блок 3 – 4 кейса Блок 4 – 16 открытых вопросов
Время тестирования (мин)	90 мин.
Планируемые результаты освоения	ПК-6
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по программе бакалавриата «Графический дизайн» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн квалификация: бакалавр, рабочая программа дисциплины
Разработчики	Тюрин В.В., профессор кафедры дизайна и компьютерных технологий, член союза дизайнеров РФ.
Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП

Банк заданий с ответами

ПК-6. Способен разрабатывать техническую документацию на проектируемое изделие (чертежи компоновки и общего вида, эскизные и рабочие чертежи для макетирования, демонстрационные рисунки, цветографические эргономические схемы, рабочие проекты моделей), подготавливать пояснительные записки к проекту

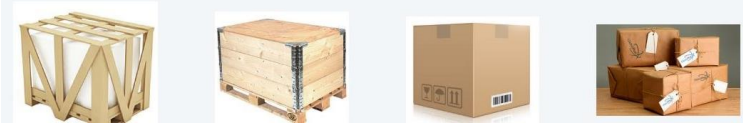
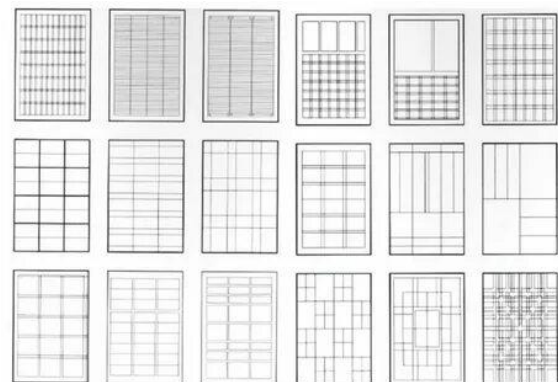
Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	<i>Что такое композиция?</i> 1) формальные отношения к созданию нарисованного пространства; 2) соотношение частей и целого в произведении для создания художественного образа из соподчинения элементов общей идеи; 3) варианты графики, построенные последовательно в логической цепи; 4) часть пространства, заполненная фоном, цветом	2
1.2	<i>Назовите средства создания и передачи информации в визуальной композиции?</i> 1) цветовые, графические формы и фотоформы; 2) линия, пятно, точка, геометрические и свободные формы, текстура, фактура, цвет; 3) офорт, портрет, баннер, каллиграфия.	2
1.3	<i>Назовите способы визуализации композиции?</i> 1) графическая, пространственная, цветовая, шрифтовая; 2) линия, пятно, точка; 3) создание кино и фото-образов.	1
1.4	<i>Назовите наиболее предпочтительное членение листа в композиции?</i> 1) членение формата листа на равные доли по линейке, упорядочивание; 2) членение листа посредством золотого сечения, нахождение композиционного соотношения, уравнивание; 3) членение листа при фальцовке, соотношение; 4) членение формата листа для печати в типографии, соподчинение.	2
1.5	<i>Что такое цветовые отношения в колористике?</i> 1) различие отраженного света от излучаемого объекта; 2) спектральные отношения светового излучения, отношения одной гаммы цвета к другой; 3) подбор гаммы цветов под заданную задачу	2
1.6	<i>Как называется изменение цветовых характеристик репродуцируемого изображения в процессе допечатной (предпечатной) подготовки и при печатании?</i> 1) изменения цветовой гаммы 2) цветовое моделирование 3) отношения между тенью и светом	4

	4) цветовая коррекция											
1.7	<i>Что такое художественный образ?</i> 1) воплощение предметной и не предметной среды в форму или изображение и придание ей смыслового значения; 2) создание одного из видов предметов художественной ценности; 3) окончательный этап создания художественного произведения;	1										
1.8	<i>Какими графическими средствами в графике создается изображение?</i> 1) пространство, объем; 2) текстурирование изображения; 3) линия, пятно, форма.	3										
1.9	<i>Где применяется макетирование в графическом дизайне?</i> 1) типографика, разработка упаковки товара; 2) в аппликации и коллаже; 3) в иллюстрации.	1										
1.10	<i>Какие средства композиции создают выразительность образа?</i> 1) графическими формами 2) сопоставлением частей композиции 3) соотношением формы, пятна, линии, контрастом, ритмом, асимметрией, динамикой и т.д; 4) посредством доминирующей формы	3										
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В											
2.1	Установите соответствие между методами исследования в дизайн-проектировании и их характеристиками <table><tr><th>Метод исследования</th><th>Характеристика</th></tr><tr><td>1) исторический метод</td><td>А) используется, прежде всего, для систематизации объектов графического дизайна, которые анализируются в рамках своей проектной ситуации, а именно аналогов</td></tr><tr><td>2) метод классификации</td><td>Б) используется при разделении объекта на составные части, с целью выделения его свойств, отличительных признаков</td></tr><tr><td>3) метод анализа</td><td>В) метод, противоположный анализу, используется при соединении отдельных элементов в единое целое, с целью поиска связей между ними</td></tr><tr><td>4) метод синтеза</td><td>Г) используется при необходимости определения этапов развития чего-либо, выстраи-</td></tr></table>	Метод исследования	Характеристика	1) исторический метод	А) используется, прежде всего, для систематизации объектов графического дизайна, которые анализируются в рамках своей проектной ситуации, а именно аналогов	2) метод классификации	Б) используется при разделении объекта на составные части, с целью выделения его свойств, отличительных признаков	3) метод анализа	В) метод, противоположный анализу, используется при соединении отдельных элементов в единое целое, с целью поиска связей между ними	4) метод синтеза	Г) используется при необходимости определения этапов развития чего-либо, выстраи-	1Г2А3Б4В
Метод исследования	Характеристика											
1) исторический метод	А) используется, прежде всего, для систематизации объектов графического дизайна, которые анализируются в рамках своей проектной ситуации, а именно аналогов											
2) метод классификации	Б) используется при разделении объекта на составные части, с целью выделения его свойств, отличительных признаков											
3) метод анализа	В) метод, противоположный анализу, используется при соединении отдельных элементов в единое целое, с целью поиска связей между ними											
4) метод синтеза	Г) используется при необходимости определения этапов развития чего-либо, выстраи-											

		вании некоей хронологической последовательности; например, при исследовании того, как менялся облик книги в историческом контексте											
2.2	Установите соответствие между видами дизайна и их характеристиками	<table><tr><th>Вид дизайна</th><th>Характеристика</th></tr><tr><td>1) Графический дизайн</td><td>А) проектирует продукцию промышленных предприятий для бытового и промышленного применения</td></tr><tr><td>2) Промышленный дизайн</td><td>Б) занимается всеми видами печатной продукции, фирменными стилями, визуальной рекламой, web-дизайном, визуальными коммуникациями (информация и ориентация в среде), этикеткой, упаковкой</td></tr><tr><td>3) Средовой дизайн</td><td>В) городская, жилая, промышленная среда, выставочные экспозиции</td></tr><tr><td></td><td>Г) все виды транспорта</td></tr></table>	Вид дизайна	Характеристика	1) Графический дизайн	А) проектирует продукцию промышленных предприятий для бытового и промышленного применения	2) Промышленный дизайн	Б) занимается всеми видами печатной продукции, фирменными стилями, визуальной рекламой, web-дизайном, визуальными коммуникациями (информация и ориентация в среде), этикеткой, упаковкой	3) Средовой дизайн	В) городская, жилая, промышленная среда, выставочные экспозиции		Г) все виды транспорта	1Б2А3В
Вид дизайна	Характеристика												
1) Графический дизайн	А) проектирует продукцию промышленных предприятий для бытового и промышленного применения												
2) Промышленный дизайн	Б) занимается всеми видами печатной продукции, фирменными стилями, визуальной рекламой, web-дизайном, визуальными коммуникациями (информация и ориентация в среде), этикеткой, упаковкой												
3) Средовой дизайн	В) городская, жилая, промышленная среда, выставочные экспозиции												
	Г) все виды транспорта												
2.3	Установите соответствие между видами рекламы и назначением	<table><tr><th>Вид рекламы</th><th>Определение</th></tr><tr><td>1) Вид рекламы, способствующий продвижению товара на рынок</td><td>А) Фирменный стиль</td></tr><tr><td>2) Создания рекламного лица кампании или клиента, услуги или товара на конкурентном рынке</td><td>Б) Рекламная компания</td></tr><tr><td>3) Стиль, способствующий созданию имиджа клиента в сфере рекламы</td><td>В) Фирменная графика</td></tr><tr><td></td><td>Г) Сувенирная фирменная продукция</td></tr></table>	Вид рекламы	Определение	1) Вид рекламы, способствующий продвижению товара на рынок	А) Фирменный стиль	2) Создания рекламного лица кампании или клиента, услуги или товара на конкурентном рынке	Б) Рекламная компания	3) Стиль, способствующий созданию имиджа клиента в сфере рекламы	В) Фирменная графика		Г) Сувенирная фирменная продукция	1В2А3Б
Вид рекламы	Определение												
1) Вид рекламы, способствующий продвижению товара на рынок	А) Фирменный стиль												
2) Создания рекламного лица кампании или клиента, услуги или товара на конкурентном рынке	Б) Рекламная компания												
3) Стиль, способствующий созданию имиджа клиента в сфере рекламы	В) Фирменная графика												
	Г) Сувенирная фирменная продукция												
2.4	Установите соответствие между видами знака и определением	<table><tr><th>Определение</th><th>Вид знака</th></tr><tr><td>1). Знак, отличающий один товар от другого на бизнес-рынке</td><td>А) Пиктограмма</td></tr><tr><td>2) Знак, определяющий качество товара, его количество</td><td>Б) Штрих код</td></tr><tr><td>3) Индивидуальная графическая система, являющаяся клеймом, символом качества, гербом, позволяющим отличать услуги или</td><td>В) Герб</td></tr></table>	Определение	Вид знака	1). Знак, отличающий один товар от другого на бизнес-рынке	А) Пиктограмма	2) Знак, определяющий качество товара, его количество	Б) Штрих код	3) Индивидуальная графическая система, являющаяся клеймом, символом качества, гербом, позволяющим отличать услуги или	В) Герб	1А2Б3Г		
Определение	Вид знака												
1). Знак, отличающий один товар от другого на бизнес-рынке	А) Пиктограмма												
2) Знак, определяющий качество товара, его количество	Б) Штрих код												
3) Индивидуальная графическая система, являющаяся клеймом, символом качества, гербом, позволяющим отличать услуги или	В) Герб												

	товары												
		Г) Фирменный знак											
2.5	Установите соответствие между видами текстовых фраз и назначением		1А2В3Г										
	<table><tr><th>Назначение</th><th>Потребитель</th></tr><tr><td>1) Фраза, стихотворная строка, лозунг – являющаяся девизом, несущая в себе идею, концепцию, миссию, фирмы, кампании, товара или услуги</td><td>А) Слоган</td></tr><tr><td>2) Рекламный слоган для конкуренции товара (услуги) на рынке</td><td>Б) Миссия</td></tr><tr><td>3) Рекламная фраза для развития идеи</td><td>В) Девиз</td></tr><tr><td></td><td>Г) Аллегория</td></tr></table>	Назначение	Потребитель	1) Фраза, стихотворная строка, лозунг – являющаяся девизом, несущая в себе идею, концепцию, миссию, фирмы, кампании, товара или услуги	А) Слоган	2) Рекламный слоган для конкуренции товара (услуги) на рынке	Б) Миссия	3) Рекламная фраза для развития идеи	В) Девиз		Г) Аллегория		
Назначение	Потребитель												
1) Фраза, стихотворная строка, лозунг – являющаяся девизом, несущая в себе идею, концепцию, миссию, фирмы, кампании, товара или услуги	А) Слоган												
2) Рекламный слоган для конкуренции товара (услуги) на рынке	Б) Миссия												
3) Рекламная фраза для развития идеи	В) Девиз												
	Г) Аллегория												
2.6	Установите соответствие между видами упаковки и назначением		1Б2А3Г4В										
	<table><tr><th>Назначение</th><th>Вид упаковки</th></tr><tr><td>1) Для нее менее важен красочный и элегантный внешний вид. Гораздо большее значение имеют прочностные характеристики, барьерные и амортизирующие свойства. Такая упаковка должна быть предельно прочной и не допускать повреждений товара. Помимо этого она обязана быть полностью безвредной для потребителя.</td><td>А) Потребительская упаковка</td></tr><tr><td>2) К ней относятся флаконы изпод духов, коробки для зубной пасты, банки, пакеты для кофе и чая. Она всегда продается вместе с товаром, входит в его стоимость и затем поступает в полную собственность покупателя. Реализация данного вида упаковки отдельно от товара невозможна.</td><td>Б) Транспортная упаковка</td></tr><tr><td>3) является непосредственным вместилищем для товара. Она неотделима от него без нарушения его свойств. Ее назначение заключается в защите от воздействия внешней среды</td><td>В) Внешняя упаковка</td></tr><tr><td>4) служит защитой не только для товара, но и для внутренней тары. При подготовке изделия к использованию ее удаляют. Основным предназначением считается обеспечение транспортабельно-</td><td>Г) Внутренняя упаковка</td></tr></table>	Назначение	Вид упаковки	1) Для нее менее важен красочный и элегантный внешний вид. Гораздо большее значение имеют прочностные характеристики, барьерные и амортизирующие свойства. Такая упаковка должна быть предельно прочной и не допускать повреждений товара. Помимо этого она обязана быть полностью безвредной для потребителя.	А) Потребительская упаковка	2) К ней относятся флаконы изпод духов, коробки для зубной пасты, банки, пакеты для кофе и чая. Она всегда продается вместе с товаром, входит в его стоимость и затем поступает в полную собственность покупателя. Реализация данного вида упаковки отдельно от товара невозможна.	Б) Транспортная упаковка	3) является непосредственным вместилищем для товара. Она неотделима от него без нарушения его свойств. Ее назначение заключается в защите от воздействия внешней среды	В) Внешняя упаковка	4) служит защитой не только для товара, но и для внутренней тары. При подготовке изделия к использованию ее удаляют. Основным предназначением считается обеспечение транспортабельно-	Г) Внутренняя упаковка		
Назначение	Вид упаковки												
1) Для нее менее важен красочный и элегантный внешний вид. Гораздо большее значение имеют прочностные характеристики, барьерные и амортизирующие свойства. Такая упаковка должна быть предельно прочной и не допускать повреждений товара. Помимо этого она обязана быть полностью безвредной для потребителя.	А) Потребительская упаковка												
2) К ней относятся флаконы изпод духов, коробки для зубной пасты, банки, пакеты для кофе и чая. Она всегда продается вместе с товаром, входит в его стоимость и затем поступает в полную собственность покупателя. Реализация данного вида упаковки отдельно от товара невозможна.	Б) Транспортная упаковка												
3) является непосредственным вместилищем для товара. Она неотделима от него без нарушения его свойств. Ее назначение заключается в защите от воздействия внешней среды	В) Внешняя упаковка												
4) служит защитой не только для товара, но и для внутренней тары. При подготовке изделия к использованию ее удаляют. Основным предназначением считается обеспечение транспортабельно-	Г) Внутренняя упаковка												

	сти и максимальной сохранности товара											
2.7	Установите соответствие между понятиями в типографике и характеристиками... <table><tr><th>Понятие типографики</th><th>Характеристика</th></tr><tr><td>1) множество шрифтов, существующих отдельно и объединенных общим признаком</td><td>А) Гарнитура шрифта</td></tr><tr><td>2) комплект шрифтов различных начертаний, насыщенности, кегля и плотности, объединенных общностью рисунка очка. Гарнитур шрифтов имеют определенные названия</td><td>Б) Группы шрифтов</td></tr><tr><td>3) пробел между нижней и верхней линиями смежных строк, который при металлическом наборе изменяется путем вставки пробельных материалов различных толщин, а при компьютерном наборе – путем использования специальных подпрограмм или команд</td><td>В) Засечка (сери́ф)</td></tr><tr><td>4) поперечный элемент на конце основного штриха буквы (знака). Засечка может иметь форму треугольника, трапеции или линии различной толщины</td><td>Г) Интерлиньяж (междустрочный пробел)</td></tr></table>	Понятие типографики	Характеристика	1) множество шрифтов, существующих отдельно и объединенных общим признаком	А) Гарнитура шрифта	2) комплект шрифтов различных начертаний, насыщенности, кегля и плотности, объединенных общностью рисунка очка. Гарнитур шрифтов имеют определенные названия	Б) Группы шрифтов	3) пробел между нижней и верхней линиями смежных строк, который при металлическом наборе изменяется путем вставки пробельных материалов различных толщин, а при компьютерном наборе – путем использования специальных подпрограмм или команд	В) Засечка (сери́ф)	4) поперечный элемент на конце основного штриха буквы (знака). Засечка может иметь форму треугольника, трапеции или линии различной толщины	Г) Интерлиньяж (междустрочный пробел)	1Б2А3Г4В
Понятие типографики	Характеристика											
1) множество шрифтов, существующих отдельно и объединенных общим признаком	А) Гарнитура шрифта											
2) комплект шрифтов различных начертаний, насыщенности, кегля и плотности, объединенных общностью рисунка очка. Гарнитур шрифтов имеют определенные названия	Б) Группы шрифтов											
3) пробел между нижней и верхней линиями смежных строк, который при металлическом наборе изменяется путем вставки пробельных материалов различных толщин, а при компьютерном наборе – путем использования специальных подпрограмм или команд	В) Засечка (сери́ф)											
4) поперечный элемент на конце основного штриха буквы (знака). Засечка может иметь форму треугольника, трапеции или линии различной толщины	Г) Интерлиньяж (междустрочный пробел)											
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421											
2.8	Установите последовательность создания рекламного слогана компании... - анализ конкурентов на рынке; - исследование продукта и целевой аудитории; - формулирование ключевых сообщений; (использование в слогане отличительных элементов, отсутствие сложных для понимания фраз и слов); - определение направленности слогана; - тестирование и анализ; - создание эффектной формулировки (эпатирование публики).	213465										
2.9	Установите последовательность создания комбинированного товарного знака: - разработка индивидуальной графической системы состоящей из товарного или фирменного знака и логотипа, определение способы их компоновки, масштабирования, позволяющая отличать услуги или товары физических или юридических лиц от других; - комбинации товарных знаков, информационных знаков, знаков отличия;	1342										

	3) трансформация товарного знака в объемно - пространственном решении его формы; 4) 4) составление товарного знака из символов товарной принадлежности.	
2.10	<i>Установите последовательность разработки основных стилиобразующих элементов фирменного стиля:</i> 1) элементы, позволяющие создавать рекламу (макеты, сайты) 2) товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный цвет, фирменный шрифт 3) фирменный бланк, визитка, плакат 4) 4) фирменный сайт, рекламная компания	2341
Блок 3	<i>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</i>	
3.1	<i>Изучите типы упаковок, определите назначение упаковок</i>  Примерный ответ Жесткая упаковка (дерев. обрешетка, каркас) – используется для крупногабаритного груза нестандартного размера или крупных объектов; Паллетная упаковка – упаковка для ценных грузов; Полужесткая упаковка – для защиты груза от деформации, препятствует рассыпанию штучных грузов; Мягкая упаковка – используют в незакрывающихся упаковках, пачкающихся грузов, грузов с острыми углами.	См. примерный ответ
3.2	<i>Внимательно изучите модульные сетки, дайте рекомендации, в каком полиграфическом издании можно использовать эти сетки...</i> 	
3.3	<i>Внимательно прочитайте текст, вставьте пропущенное...</i> _____ сетка это система построения визуальной информации на основе блоков — модулей. Основой модульной сетки является модуль. _____ происходит от латинского слова <i>modulus</i> — «маленькая мера». Модулем может выступать любая мера длины, площади или объёма взятая за единицу _____ модульной _____ сетки. _____ позволяет логически структуриро-	Модульная Модуль Модульная сетка

	вать информацию, облегчая тем самым её восприятие. Правильно построенная сетка позволяет легко справиться с вёрсткой как многостраничных изданий так и небольших одностраничных рекламных макетов. Как правило, ясный и собранный макет оставляет правильное, положительное впечатление. Чёткое и законченное композиционное изложение информации, эстетически более логичное, чем хаотичное. Использование _____ позволяет целиком сосредоточиться на информации.	
3.4	<i>Внимательно прочитайте текст, вставьте пропущенное...</i> Визуализация, и инфографика в частности, не просто позволяют объяснить _____ информацию, но и помогают другим людям в буквальном смысле ваши мысли. Текст гораздо легче _____ разными способами, чем иллюстрации или истории. Если вы объясняете идею при помощи текста, у вашей аудитории в уме появляются собственные картины, и они зависят от степени её подготовки.	сложную интерпретировать
Блок 4		
4.1	<i>Сформулируйте, что означает понятие бренд...</i>	Бренд — это набор уникальных характеристик, которые отличают компанию от других организаций. Брендом чаще всего называют компании, символика и продукт которых узнаваем аудиторией. В этом его основное отличие от торговой марки. К составляющим бренда относят: название, логотип, слоган, фирменный шрифт и другие особенности, свойственные только данной компании и легко узнаваемые потребителями. Брендом также называют общий образ организации, который формируется в сознании людей.
4.2	<i>Перечислите характеристики понятия «Фирменного стиля»</i>	Фирменный стиль - это совокупность приемов, обеспечивающих единый образ всем изделиям фирмы и мероприя-

		тиям; улучшающих восприятие и запоминаемость потребителем не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности; а также позволяющих противопоставлять свои товары и деятельность товарам и деятельности конкурентов
4.3	<i>Что такое упаковка товара?</i>	это носитель закодированной информации не только о самом продукте, но и о производителе. Поэтому на первом этапе работы очень важно учесть эмоциональное отношение потребителя к создателю продукта
4.4	<i>Какие идеи лежат в основе рекламного образа.</i>	В основе рекламного образа лежит определённая идея (задача, миссия), вокруг которой выстраивается представление о товаре в сознании целевой аудитории. Рекламный образ может быть выражен в форме: рационального суждения; эмоциональной реакции; визуального символа.
4.5		
4.6	Дайте определение что обозначает термин фирменная цветовая гамма?	это фиксированный набор цветов, который используется на всех элементах фирменного стиля. Работа по подбору фирменных цветов осуществляется дизайнерами с учётом нескольких важных факторов, в том числе позиционирования и ценностей бренда, общей концепции дизайна фирменного

		стиля, принципов и законов сочетания цветов. В результате должен сложиться гармоничный, сбалансированный, передающий нужное настроение бренда набор цветов.
4.7	<i>Что такое фирменный шрифт?</i>	Фирменным называют шрифт, который компания использует на всех носителях своего фирменного стиля, где предполагается наличие текста. Это, например, наружная реклама, полиграфическая продукция, сайт, социальные сети, визитки, POS материалы. Шрифты компаний в совокупности с другими элементами фирменного стиля помогают создать определенный образ бренда, работают на его позиционирование.
4.8	<i>Что такое фирменная графика?</i>	это визуальные элементы, дополняющие стиль. Это могут быть паттерны, узоры, объекты, градиенты и другие графические приемы. Фирменная графика помогает разнообразить и оживить фирменный стиль, создать вариативность оформления коммуникаций.
4.9	Дайте определение процессу проектирования визуальных коммуникаций...	это процесс передачи информации и идей с помощью визуальных элементов, таких как изображения, цвета, формы, шрифты и композиция.
4.10	Что такое рекламный продукт?	Рекламное объявление должно быть посвящено только од-

		ной теме, одному товару (услуге) или группе однородных товаров. Объявление должно иметь точную направленность на целевую аудиторию (отражать ее запросы, желания, интересы, мотивы покупки). Надо четко формулировать рыночную позицию товара (отличия от товаров конкурентов, формирующие предпочтение к нему потребителей). Рекламное сообщение должно быть правдивым и доказуемым, содержать факты и аргументы, обоснования в пользу товара.
4.11	<i>Систематизируйте набор продуктов фирменного стиля</i>	Традиционно фирменный стиль включает следующие элементы: Логотип Фирменный знак Фирменные графические элементы Цвет или комбинация цветов Шрифты Правила композиции Фотостиль
4.12	Что означает понятие «леттеринг»	это художественное оформление букв в тексте. Главные составляющие в леттеринге — это творчество автора и одновременно следование определённой технической концепции. В леттеринге всегда сочетаются оригинальность и мастерство.
4.13	<i>Что является основными средствами в проектировании графического дизайна?</i>	Основными средствами дизайна графики являются

		шрифты, знаки и символы, стандартные либо авторские. Сегодня графический дизайн используется в рекламе, издательской деятельности, в кино и телевидении, компьютерной и электронной технике, сфере публичных отношений и многих других областях массовой информации.
4.14	<i>Какие композиционные средства являются основой в проектировании коммуникаций в графике?</i>	Цвет. Влияет на настроение аудитории, привлекает внимание, помогает выделиться среди конкурентов. Типографика. Также передает настроение, подчеркивает общую эстетику, влияет на читабельность. В понятие типографики входит сам шрифт, его начертание, кегль, интерлиньяж и другие параметры. Графические элементы. Нужны для передачи визуальных метафор. Это линии, формы, текстуры, иллюстрации, фотографии. Композиция. Помогает работать с пространством и подбирать гармоничное расположение предметов. К ней относятся баланс, пропорции, выравнивание на полосе, иерархия элементов.
4.15	<i>Что такое пиктограмма?</i>	Пиктограмма (от сочетания латинского и греческого слов нарисованный и надпись) — это знак, который в схематичном виде изображает самые важные черты

		объекта, который он обозначает. За счет своей быстрой считываемости и узнаваемости пиктограммы широко используются и в повседневной жизни, и в дизайне продуктов, сайтов и приложений.
4.16	<i>Что означает стилистическое единство визуального ряда</i>	это то, что связывает все элементы произведения воедино. Единство наполняет содержание смыслом, расставляет каждый элемент проекта в нужном месте и приводит взаимоотношения всех элементов в состояние гармонии и равновесия. Единство определяет состояние всей композиции и регулирует как отношение отдельных элементов к общему дизайну, так и их взаимоотношения.

**4. МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ И ВЛАДЕНИЙ
(ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

**Материалы, необходимые для оценки знаний
(примерные теоретические вопросы)**

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Динамическая композиция на выявление основной идеи рекламного дизайна, с точки зрения индивидуального графического решения.	ПК- 6
2.	Композиция на создание оригинала и воплощение дизайн идеи. Выявление Коммуникативной доминанты.	ПК- 6
3.	Создать дизайн эскизного проекта Рекламного продукта.	ПК- 6
4.	Создание композиции на выявление сочетания гарнитур шрифта. Композиция на отличие полосы набора от формы. Композиция на отличие полосы набора от письма.	ПК- 6

5.	Композиция на выявление функции. Композиция на выявление формы. Трансформация слова от функции к форме.	ПК- 6
6.	Динамическая композиция на выявление формы через контрформы. Композиция на переход контрформы к форме.	ПК- 6
7.	Создать дизайн эскизного проекта выставочного пространства.	ПК- 6
8.	Динамическая композиция на выявление формы рекламного продуктов, с точки зрения основных цветовых предпочтений рекламного воздействия.	ПК- 6
9.	Композиция на создание оригинала и воплощение дизайн идеи. Фирменного стиля.	ПК- 6
10.	Композиция на выявление преимуществ проектной формы и влияния на потребителя.	ПК- 6
11.	Композиция на выявление доминирования текста над изображением.	ПК- 6
12.	Создать дизайн эскизного проекта в проектной графике, в Коммуникативных целях.	ПК- 6

Задания для практических занятий

Задание 1. «Динамическая композиция на выявление основной идеи рекламного дизайна, с точки зрения индивидуального графического решения».

Цель задания: Выполнить цвето - фактурную карту товара с имитацией материала.

Задание и методика выполнения:

1. На основе анализа аналогов выполнить выкройки потребительского товара.
2. Выполнить композицию на подрамнике.
3. Выполнить имитацию материалов,
4. Используя проектную графику, выполнить копию товара с имитацией материалов в масштабе.

Материалы: гуашь, Подрамник 750X500, Макет упаковки в условных материалах

Задание 2. «Композиция на создание оригинала и воплощение дизайн идеи. Выявление Коммуникативной доминанты».

Цель задания: Выполнить проектирование Графической концепции бренда.

Задание и методика выполнения:

1. На основе анализа аналогов выполнить анализ торговой марки.
2. Формирование графических навыков.
3. Используя проектную графику, выполнить развертку упаковки.

Материалы: подрамник 7500x500. Материалы: гуашь, губка, кисть, акварель, тушь, рапидограф.

Задание 3. «Создать дизайн эскизного проекта рекламного продукта»

Цель: Выполнить макет Рекламного продукта.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами на потребительском рынке.
2. На основе образа потребителя провести ситуационный и образный анализ. Изучить эргономические требования к выставочному пространству и требования техники безопасности.
3. Предложить конструктивное решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: гуашь, Подрамник 750X500, Макет в условных материалах м.1:1.

Задание 4. «Создание композиции на выявление сочетания гарнитур шрифта. Композиция на отличие полосы набора от формы. Композиция на отличие полосы набора от письма»

Цель: Создание композиции на выявление сочетания гарнитур шрифта.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами .
2. На основе принципа модульности провести ситуационный и образный анализ.
3. Предложить графическое решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: гуашь, Подрамник 750X500, Макет в условных материалах м.1:1.

Задание 5. «Композиция на выявление функции. Композиция на выявление формы. Трансформация слова от функции к форме».

Цель: на основе модульных элементов и типов верстки, разработать настольный буклет, обладающий выразительными образными характеристиками.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами .
2. На основе принципа модульной сетки провести ситуационный и образный анализ.
3. Разработать название журнала, включающий графическое решение и логотип.
4. Предложить графическое решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: гуашь, Подрамник 750X500, Макет в условных материалах м.1:1.

Задание 6. «Динамическая композиция на выявление формы через контрформы. Композиция на переход контрформы к форме»

Цель: на основе изучения художественного произведения предложить Графическую композицию.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами .
2. На основе содержания литературного произведения провести ситуационный и образный анализ.
3. Разработать графическое решение обложки.
4. Предложить графическое решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: гуашь, Подрамник 750X500, Макет в условных материалах м.1:1.

Задание 7. «Создать дизайн эскизного проекта выставочного пространства».

Цель: на основе изучения проектной проблемы предложить проект выставочного пространства, отвечающий направленности предприятия.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами .
2. На основе сбора аналогов произведения провести ситуационный и образный анализ графических знаков.
3. Предложить графическое решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: Верстка, компьютерная обработка, шрифтовой набор.

Задание 8. «Динамическая композиция на выявление формы рекламного продукта, с точки зрения основных цветовых предпочтений рекламного воздействия»

Цель: на основе предложенного логотипа компании предложить элементы корпоративной идентификации, отвечающие направленности предприятия.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами .
2. На основе сбора аналогов произведения провести ситуационный и образный анализ графических знаков.
3. Предложить графическое решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: Верстка, компьютерная обработка, шрифтовой набор.

Задание 9. «Композиция на создание оригинала и воплощение дизайн идеи. Фирменного стиля»

Цель: на основе социальной проблемы предложить ее графическое воплощение в виде Фирменного стиля.

Задание и методика выполнения:

1. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами .
2. На основе сбора аналогов произведения провести ситуационный и образный анализ социальных плакатов.
3. Предложить графическое решение и принципы технологического исполнения проектного замысла.

Материалы: Верстка, компьютерная обработка, шрифтовой набор.

Задание 10. «Композиция на выявление преимуществ проектной формы и влияния на потребителя.»

Цель задания: Разработать дизайн-проект витрины небольшого фирменного магазина. Дать предложение по графическому решению витрины и вывески магазина. Предложить концепцию и цветовое решение фасада магазина. Решить вопросы по организации освещения и размещения рекламы.

Задание и методика выполнения:

1. На основе предлагаемых чертежей фасада магазина разработать дизайн-проект оформления витрины магазина и выполнить ее макет.
2. Разработать композиционное и образное решения объекта. Используя средства художественной выразительности передать специализацию магазина с учетом архитектурных особенностей данного объекта.
3. Используя макетные материалы и приемы макетирования придать индивидуальность объекту (решение входного элемента, наполнение витрины).

Материалы: гуашь, 2 Подрамника 750X500, Макет в условных материалах м 1:1.

Задание 11. «Композиция на выявление доминирования текста над изображением».

Цель задания: Выполнить эскизный проект по графической композиции полосы набора издания.

Задание и методика выполнения:

1. На основе проблемной ситуации сформулировать цели, задачи и методы проекта, а также определить предмет и объект разработки.

2. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами.
3. На основе сбора аналогов провести ситуационный и образный анализ проектной проблемы.
4. Предложить эскизное графическое решение и принципы исполнения проектного замысла.

Материалы: гуашь, 2 Подрамника 750X500, Макет в условных материалах м 1:1.

Задание 12. «Создать дизайн эскизного проекта в проектной графике, в Коммуникативных целях».

Цель задания: Выполнить эскизный проект по планируемой теме дипломного проекта.

Задание и методика выполнения:

1. На основе проблемной ситуации сформулировать цели, задачи и методы проекта, а также определить предмет и объект разработки.
2. Изучить проектную проблему, ознакомившись с аналогами.
3. На основе сбора аналогов провести ситуационный и образный анализ проектной проблемы.
4. Предложить эскизное Художественно - графическое решение и принципы исполнения проектного замысла.

Материалы: гуашь, 2 Подрамника 750X500, Макет в условных материалах м.1:1.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ В ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024	3.2	Профессиональные базы данных и информационные справочные системы
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025	7.1	Актуализация списка печатных и (или) электронных образовательных ресурсов
2026/27	Протокол № 10 25.05.2026	7.1	Актуализация списка печатных и (или) электронных образовательных ресурсов
2027/28	Протокол № дд.мм.гггг		