

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 17.08.2026 15:44:41
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1ab56a7a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Колледж креативных индустрий СКФУ в г. Ставрополе

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по (учебной) дисциплине	МДК.02.01 Фирменный стиль и корпоративный дизайн»
Профессия	54.01.20 Графический дизайнер
Форма обучения	<u>очная</u> очная, заочная, очно-заочная

1. Паспорт фонда оценочных средств¹

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по профессии 54.01.20 Графический дизайнер по профильной дисциплине МДК.02.01 Фирменный стиль и корпоративный дизайн. ФОС составлен на основе ФГОС и рабочей программы дисциплины.

Промежуточная аттестация по профильной дисциплине предусмотрена в форме экзамена с выставлением отметки по системе «зачтено, отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно».

1.2. Планируемые результаты освоения (учебной) дисциплины

ФОС позволяет оценить знания, умения, сформированность общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС и рабочей программой профильной дисциплины.

Планируемые результаты освоения (знания и умения) и перечень осваиваемых компетенций (общих и профессиональных) указываются в соответствии с ФГОС, ОП и рабочей программой учебной.

умения:

У1. Анализировать деятельность и ценности организации для создания визуальной идентичности;

У2. Подготавливать и оформлять презентации фирменного стиля;

У3. - Разрабатывать макеты;

У4. Подбирать материалы и технологии.

3.1 Технологические, эксплуатационные и гигиенические требования, предъявляемые к материалам;

3.2 Современные тенденции в области дизайна;

3.3 Виды и функции корпоративной продукции;

профессиональные компетенции:

ПК.2.1. Планировать выполнение работ по разработке дизайн-макета на основе технического задания.

ПК.2.2. Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.

ПК. 2.3. Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.

ПК. 2.4 Осуществлять представление и защиту разработанного дизайн-макета.

ФОС позволяет оценить личностные, метапредметные и предметные результаты, сформированность общих компетенций в соответствии с требованиями рабочей программы профильной дисциплины.

личностные: креативность — способность генерировать оригинальные идеи и находить нестандартные решения; инициативность — умение брать ответственность за выполнение задач и их качественное исполнение; аналитическое мышление — способность структурировать информацию, анализировать данные и делать выводы; терпение — способность к длительной концентрации и тщательной работе над деталями; гибкость — умение адаптироваться к изменениям и новым задачам.

метапредметные: критическое мышление — способность анализировать информацию, оценивать её достоверность и принимать обоснованные решения; коммуникативные навыки —

¹ Приведены примеры формулировок для дисциплин общего гуманитарного и социального-экономического, математического и естественно-научного циклов, общепрофессиональных дисциплин и общеобразовательной подготовки

умение эффективно взаимодействовать с командой, клиентами и пользователями; решение проблем — способность выявлять и решать задачи в процессе создания информационных продуктов; информационная грамотность — умение работать с информацией, структурировать её и представлять в доступной форме.

предметные: . знание основ теории цвета, композиции и типографики; владение программными средствами для графического дизайна (например, Adobe Photoshop, Illustrator); навыки разработки логотипов, фирменных бланков, визитных карточек и других элементов фирменного стиля; понимание принципов корпоративной идентичности и брендинга; умение создавать макеты и презентации; знание стандартов и требований к корпоративной продукции и визуальной коммуникации; практические навыки работы с различными материалами и технологиями в области дизайна.

1.3. Формы контроля и оценивания

Предметом оценки служат умения и знания, предусмотренные ФГОС по профильной дисциплине, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Предметом оценки служат личностные, метапредметные и предметные результаты, сформированность общих компетенций.

Таблица 1 Контроль и оценка освоения (учебной) дисциплины по темам (разделам)

Элемент учебной дисциплины	Формы контроля и оценивания			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Методы оценки (заполняется в соответствии с разделом 4 рабочей программы)	Проверяемые ПК, ОК	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК,
Раздел 1. Наименование раздела			Экзамен	ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 2.4.
Тема 1.1. Введение в корпоративный стиль	Практическая работа №1 Разработка базовых элементов фирменного стиля (логотип, цветовая гамма). Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.1; ПК 2.2;		
Тема 1.2. Логотип и его элементы	Практическая работа №2 Создание нескольких вариантов логотипов для вымышленного бренда. Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.3; ПК 2.4.		
Тема 1.3. Цветовая палитра в фирменном стиле.	Практическая работа №3 Создание цветовых схем для фирменного стиля. Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.1; ПК 2.2;		
Тема 1.4. Шрифты и типографика, рекламы	Практическая работа № 4 Разработка типографического стиля для бренда (выбор шрифтов, работа с размерами и интервалами). Проверочная	ПК 2.3; ПК 2.4.		

	(контрольная) работа	
Тема 1.5. Применение фирменного стиля на различных носителях	Практическая работа №5 Разработка макетов визитных карточек, бланков, упаковки с применением фирменного стиля. Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.1; ПК 2.2;
Тема 1.6. Корпоративный дизайн в интернете.	Практическая работа №6 . Разработка элементов дизайна для сайта и социальных сетей компании. Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.3; ПК 2.4.
Тема 1. 7. Брендинг автомобилей и наружная реклама	Практическая работа №7. Создание макетов брендированных автомобилей и наружных рекламных конструкций. Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.1; ПК 2.2;
Тема 1.8. Фирменный стиль и корпоративная культура.	Практическая работа №8 Разработка визуальных материалов для корпоративных мероприятий (плакаты, презентации). Проверочная (контрольная) работа	ПК 2.3; ПК 2.4.

2. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту, если разработанное творческое задание соответствует заданным параметрам, рационально подобраны средства для раскрытия темы. Сформированность компетенций на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если разработанное задание соответствует заданным параметрам, но не точно используются, или нерационально подобраны, средства для раскрытия темы. Сформированность компетенций на базовом уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если разработанное задание соответствует заданным параметрам, но не точно используются, или нерационально подобраны, средства для раскрытия темы, оперирует неточными формулировками. Сформированность компетенций на удовлетворительном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если разработанное задание не соответствует заданным параметрам, не освоен основной понятийный аппарат, оперирует неточными формулировками, нерационально подобраны средства для раскрытия темы. Сформированность компетенций слабая.

3. Оценочные средства для промежуточной аттестации и критерии оценки

Вопросы к экзамену по дисциплине «Информационный дизайн и медиа»

1. Образ компании. Фирменный стиль и маркетинговая стратегия.
2. Функции фирменного стиля. Корпоративная коммуникация.
3. Формирование айдентики.
4. Основные элементы фирменного стиля
5. Товарный знак. Логотип и его виды. Правила использования логотипа.
6. Что входит в фирменный блок
7. Визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля
8. Носители фирменного стиля
9. Назовите основные дополнительные элементы фирменного стиля
10. Приведите примеры удачных и неудачных рекламных задач в области создания фирменного стиля.
11. Особенности разработки торговой марки.
12. Состав брендбука.
13. Состав логобука.
14. Состав гайдлайна.
15. Сравните косметические и пищевые бренды. Какова роль цвета в восприятии бренда
16. Города как бренды.
17. Принципы разработки брендов городов
18. Что такое паспорт торговой марки
19. Что такое ребрендинг.
20. Влияние ценностей целевой аудитории.
21. Виды рекламной продукции, использующейся для продвижения бренда.
22. Особенности позиционирования бренда при оформлении текстового и графического материала в рекламе.
23. Проанализировать особенности оформления рекламных буклетов известных спортивных брендов.
24. Особенности оформления каталога
25. Бренд-имидж.
26. Роль фирменного стиля в восприятии бренда.