

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Оценочные материалы по дисциплине

Дизайн в сфере цифровых коммуникаций

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:

Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения

Очная

Квалификация

Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И. В. Гужова

Председатель УМК

М. А. Подойницина

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-3.1 Знает принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства и их применения в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ

РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности

РООПК-6.2 Умеет выбирать наиболее эффективные приемы и методы современных информационных технологий и использовать их в профессиональной деятельности

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- электронная презентация результатов творческой работы по анализу кейсов в сфере графического дизайна в цифровой среде;
- кейс-стади с электронной презентацией;
- электронная презентация результатов творческой работы;
- мастер-классы по работе в Figma; выбранные фирменные цвета и шрифты; разработанный логотип; визуальное оформление страницы в социальных сетях; лендинг для конкретного регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.).

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Тема 1. Дизайн и его роль в современном обществе и в сфере цифровых коммуникаций.	РООПК-3.1 Знает принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства и их применения в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	<i>Электронная презентация результатов творческой работы по анализу кейсов в сфере графического дизайна в цифровой среде:</i> Проанализировать графический дизайн-проект / дизайн-продукт (на выбор) в цифровой среде и определить его основные параметры: объект (носитель) дизайна, субъект дизайна, целевую аудиторию, а также ответить на вопросы: 1. Согласован ли дизайн с фирменным стилем субъекта, для которого он создан? 2. Соответствует ли дизайн характеристикам целевой аудитории субъекта? 3. Есть ли

		<p>коммуникационных продуктов</p> <p>РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности</p>	<p>необходимость в редизайне? Если да, то какие изменения необходимо внести?</p>
	<p>Тема 2. История становления и развития дизайна.</p>	<p>РООПК-3.1 Знает принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства и их применения в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p> <p>РООПК-6.1 Знает эффективные</p>	<p><i>Кейс-стади с электронной презентацией:</i></p> <p>Вариант 1*. Найти графический PR / рекламный / брендинговый дизайн-проект / дизайн-продукт в цифровой среде, выполненный в одном из стилей, рассмотренных на занятиях (в античном стиле / романском стиле / барокко / рококо), и определить его основные параметры: объект (носитель) дизайна, субъект дизайна, стиль дизайна, целевую аудиторию, а также ответить на вопросы: 1. Согласован ли стиль дизайна со сферой деятельности субъекта, для которого он создан? 2. Согласован ли стиль дизайна с фирменным стилем субъекта, для которого он создан? 3. Соответствует ли стиль дизайна характеристикам целевой аудитории субъекта? 4. Если да, то какие изменения необходимо внести?</p> <p>Вариант 2*. Охарактеризовать фирменный стиль (айдентику) государственных почтовых служб и операторов инфраструктуры сети железных дорог разных стран и ответить на вопросы: 1. Какие фирменные цвета использованы? Почему были выбраны именно эти фирменные цвета? 2. Какой образ (визуальная метафора*) лежит в основе логотипа? 3. Согласован ли фирменный стиль со сферой деятельности субъекта, для которого он создан? 4. Есть ли необходимость в редизайне? Если да, то какие изменения необходимо внести?</p> <p>*Задание является вариативным. Вариант его выполнения (1 или 2) выбирается самостоятельно студентом по предварительному согласованию с преподавателем.</p>

		приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности	
3	<p>Тема 3. Основные стилевые направления в дизайне и их применение в дизайне цифровых коммуникаций.</p>	<p>РООПК-3.1 Знает принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства и их применения в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p> <p>РООПК-6.2 Умеет выбирать наиболее эффективные приемы и методы современных информационных технологий и</p>	<p><i>Электронная презентация результатов творческой работы:</i> Разработать объект графического дизайна в цифровой среде в стиле модерн, используя графические материалы / графические редакторы.</p>

		использовать их в профессиональной деятельности	
4	<p>Тема 4. Разработка фирменного стиля как основы визуальных коммуникаций в цифровой среде.</p>	<p>РООПК-3.1 Знает принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства и их применения в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p> <p>РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности</p> <p>РООПК-6.2 Умеет выбирать наиболее</p>	<p><i>Мастер-классы по работе в Figma:</i> В мини-группах (3-4 человека) записать серию мастер-классов по работе в редакторе Figma.</p> <p><i>Выбранные фирменные цвета и шрифты; разработанный логотип; визуальное оформление страницы в социальных сетях; лендинг для конкретного регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.):</i> Для конкретного регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.) разработать основные элементы и цифровые носители фирменного стиля (выбрать фирменные цвета и шрифты, разработать логотип, визуальное оформление страницы в социальных сетях, лендинг).</p> <p>*Задания являются элементами итогового творческого проекта по курсу.</p>

		<p>эффективные приемы и методы современных информационных технологий и использовать их в профессиональной деятельности</p>	
5	Итоговая аттестация по дисциплине	<p>РООПК-3.1 Знает принципы формирования художественно-образных систем различных видов искусства и их применения в создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p> <p>РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в</p>	<p><i>Защита итогового творческого проекта.</i> Формат: презентация с пояснительным текстовым документом (обязательное размещение в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle»)</p>

		профессиональной деятельности РООПК-6.2 Умеет выбирать наиболее эффективные приемы и методы современных информационных технологий и использовать их в профессиональной деятельности	
--	--	--	--

Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Электронная презентация результатов творческой работы по анализу кейсов в сфере графического дизайна в цифровой среде; кейс-стади с электронной презентацией; электронная презентация результатов творческой работы; мастер-классы по работе в Figma; выбранные фирменные цвета и шрифты; разработанный логотип; визуальное оформление страницы в социальных сетях; лендинг для конкретного регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.).	0-2 балла (неудовлетворительно)	3-4 балла (удовлетворительно)	5-7 баллов (хорошо)	8-10 баллов (отлично)

Критерии оценивания электронной презентации результатов творческой работы по анализу кейсов в сфере графического дизайна в цифровой среде; кейс-стади с электронной презентацией; электронной презентации результатов творческой работы; мастер-классов по работе в Figma; выбранных фирменных цветов и шрифтов; разработанного логотипа; визуального оформления страниц в социальных сетях; лендинга для конкретного регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.):

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Экзамен в четвертом семестре проводится в устной форме, в виде представления итогового творческого проекта. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая.

За каждое выполненное практическое задание студент получает оценку по 10-бальной шкале.

По итогам посещения лекционных и практических занятий, выполнения практических заданий обучающийся допускается к сдаче экзамена.

Итоговая оценка, выставляемая в зачетку и ведомость, складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам сдачи экзамена (представления итогового творческого проекта).

Студенты, получившие средний балл менее 4.0 (по 10-бальной шкале), дополнительно сдают экзамен по вопросам, не имея возможности сдавать экзамен только с помощью защиты итогового творческого проекта.

Итоговый творческий проект выполняется по этапам, все пункты являются обязательными к исполнению.

Итоговая работа должна быть представлена в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Требования к итоговому творческому проекту:

Исходный пункт: для творческого проекта необходимо выбрать компанию / бренд (условного заказчика данной работы, кейс), на примере которой и с согласия представителя компании, будет осуществлена данная работа.

Дополнительное условие: компания не должна быть глобальным брендом и у студента должен быть доступ к информации и к общению с представителем компании / бренда.

Алгоритм работы:

1. Анализ вторичной и первичной информации (анализ информационного поля, конкурентный анализ, SWOT-анализ, PEST, GAP и др., анализ конъюнктуры рынка, продуктового портфеля, матрица Мак-Кинзи и другие; экспертный опрос, фокус-группы, методики генерации идей и проч.).
2. Анализ ЦА выбранной компании / бренда.
3. Выбор и обоснование фирменных цветов и шрифтов компании / бренда.
4. Генерация визуальной метафоры и разработка логотипа компании / бренда в Figma и др. редакторах.
5. Разработка в Figma и др. редакторах концепции визуального оформления страниц компании / бренда в социальных сетях.
6. Разработка лендинга компании / бренда в Figma и его верстка в Tilda / Readymag.
7. Подготовка электронной презентации с результатами проделанной работы и пояснительного текстового документа.

***Вопросы к экзамену (*для студентов, набравших менее 4.0 баллов (средн. арифм.) за выполнение заданий на парах)**

1. Определения дизайна. Сущность дизайна. Дизайн как феномен культуры XX века.
2. Роль дизайна в современном обществе. Основные функции дизайна.
3. Роль дизайна в сфере цифровых коммуникаций.
4. Графический дизайн: основные виды и тренды.
5. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна (общая характеристика).
6. Выдающиеся протодизайн – проекты.
7. Комплексный подход в дизайне Петера Беренса.
8. Особенности стилей «Оливетти» и «Braun».
9. БАУХАУЗ и его вклад в развитие мирового дизайна.
10. Специфика становления отечественного дизайна.
11. ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна.
12. Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне.
13. Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне.
14. Главная задача дизайн-проекта и алгоритм его выполнения.
15. Виды графических редакторов, используемых для работы с рекламными и PR-материалами (их возможности).
16. Алгоритм работы над созданием логотипа. Использование графических редакторов при создании логотипа.
17. Алгоритм работы над шаблонами электронной презентации. Структура типичного шаблона презентации компании, бренда. Использование графических редакторов при создании электронной презентации.
18. Основные виды корпоративной полиграфии и особенности их дизайна. Использование графических редакторов при создании полиграфической продукции.
19. Разработка инфографики в графическом редакторе.
20. Создание фирменного стиля бренда: алгоритм работы.
21. Брендбук, логобук, руководство по фирменному стилю: общее и различное; структура.
22. Алгоритм подбора фирменных цветов и шрифтов бренда, компании.
23. Сочетания цветов с использованием цветового круга Иттена.
24. Физическая природа цвета, основные характеристики и свойства цвета в их взаимосвязи.
25. Проблемы стилеобразования в дизайн-проектировании.
26. Стилизация дизайн-проекта: задачи и алгоритм выполнения.
27. Особенности создания рекламных и PR-материалов с учетом психологических особенностей визуального восприятия.
28. Современный дизайн в России и в мире. Актуальные тренды в графическом дизайне.
29. Вневременность дизайн-проекта. Устаревшие тренды в графическом дизайне.
30. «Хороший» и «плохой» дизайн.
31. Редизайн: суть и алгоритм работы.
32. Профессиональные конкурсы в сфере графического дизайна: возможности и варианты участия студентов направления «Рекламы и связей с общественностью».

Критерии оценивания результатов итоговой аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
------------------------------	---------------------	-------------------	-----------------	---------------------

Устная защита итогового творческого проекта	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Ответы на вопросы к экзамену*	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

Критерии оценки устной защиты итогового творческого проекта / ответов на вопросы к экзамену.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки устной защиты итогового творческого проекта:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Творческий проект выполнен полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, оригинальные визуальные решения, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Творческий проект выполнен на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием. В работе частично присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения, но есть вопросы по некоторым пунктам аналитической работы и визуальным решениям.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Творческий проект выполнен частично, очень кратко представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала не отличается достаточной креативностью. Визуальные решения не оригинальны. В работе лишь частично присутствуют собственные выводы, нет аргументированных рекомендаций и предложений.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

Творческий проект выполнен очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов, оригинальных визуальных решений и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

*** Критерии выставления оценки на основе сдачи экзамена по вопросам:**

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом

обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

Соответствие компетентностной структуре дисциплины:

№	Номер раздела итогового задания / номер вопроса к экзамену	Код и наименование результатов обучения
1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 / 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32.	РООПК-3.1 РООПК-3.2 РООПК-6.1 РООПК-6.2

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Тест (РООПК-3.1, РООПК-3.2, РООПК-6.1, РООПК-6.2).

Инструкция: Выберите один правильный ответ на каждый вопрос.

1. Что такое дизайн?

- a) Искусство создания архитектурных объектов
- b) Процесс создания чертежей механических деталей
- c) Проектирование, предусматривающее сочетание функциональности и эстетики
- d) Процесс написания кода для программного обеспечения

2. Какого вида дизайна НЕ существует?

- a) Графический дизайн
- b) Механический дизайн
- c) Ландшафтный дизайн
- d) Индустриальный дизайн

3. Что характерно для античного проектного мышления?

- a) Абстракционизм
- b) Гармония пропорций и использование математики в искусстве
- c) Минимализм
- d) Бионические формы

4. Какой стиль характерен для эпохи Средневековья?

- a) Барокко
- b) Романский стиль
- c) Модерн
- d) Конструктивизм

5. Кого можно считать первым «протодизайнером»?
- a) Леонардо да Винчи
 - b) Микеланджело
 - c) Рембрандта
 - d) Ван Гога
6. Что из обозначенного ниже повлияло на формирование корпоративного стиля?
- a) Изобретательский бум
 - b) Развитие сельского хозяйства
 - c) Культура Древнего Египта
 - d) Великие географические открытия
7. Кто основал Баухауз и стал важной фигурой в профессиональном образовании дизайнеров?
- a) Вальтер Гропиус
 - b) Ле Корбюзье
 - c) Сальвадор Дали
 - d) Эл Лисицкий
8. Что характерно для стиля «Braun»?
- a) Яркие и насыщенные цвета
 - b) Простой и функциональный дизайн
 - c) Экспериментальный и хаотичный подход
 - d) Традиционность
9. Какие традиции оказали влияние на становление отечественного дизайна?
- a) Греческие традиции
 - b) Византийские традиции
 - c) Китайские традиции
 - d) Африканские традиции
10. Кто является представителем модерна?
- a) Ле Корбюзье
 - b) Антонио Гауди
 - c) Энди Уорхол
 - d) Пабло Пикассо
11. Какой стиль НЕ относится к модернизму?
- a) Арт-деко
 - b) Конструктивизм
 - c) Мемфис
 - d) Функционализм
12. Какой стиль НЕ относится к постмодернизму?
- a) Поп-арт
 - b) Оп-арт
 - c) Мемфис
 - d) Арт-деко
13. Какой из стилей постмодернизма сочетается с философией и культурой поп-арта?
- a) Минимализм

- b) Барокко
- c) Мемфис
- d) Хай-тек

14. Что характерно для хай-тека в дизайне?

- a) Избыточное декорирование
- b) Минимализм и технологичность
- c) Использование природных материалов
- d) Яркие насыщенные цвета

15. Что такое фирменный стиль?

- a) Стиль одежды
- b) Комплекс визуальных и текстовых элементов, обеспечивающих единство компании / бренда
- c) Способ построения зданий
- d) Постановка театральных спектаклей

16. Что НЕ является основным элементом фирменного стиля?

- a) Логотип
- b) Цветовая палитра
- c) Шрифты
- d) Фото

17. Какой инструмент для выбора фирменных цветов используется в дизайне

- a) Алгоритм Эвклида
- b) Цветовой круг Иттена
- c) Матрица Бертрана
- d) Метод Фибоначчи

18. Какой этап проектирования логотипа предполагает создание набросков от руки?

- a) Разработка концепции
- b) Исследование рынка
- c) Создание цифровой версии
- d) Финализация и тестирование

19. Чем отличается лендинг от многостраничного сайта?

- a) Лендинг – одностраничный сайт, сфокусированный на одной цели
- b) Лендинг – это портал новостей
- c) Лендинг содержит множество категорий и страниц
- d) Все перечисленное верно

20. Какой из следующих принципов НЕ является основным принципом дизайна?

- a) Контрастность
- b) Единство
- c) Баланс
- d) Сложность

Ответы:

1. c) Проектирование, предусматривающее сочетание функциональности и эстетики
2. b) Механический дизайн

3. б) Гармония пропорций и использование математики в искусстве
4. б) Романский стиль
5. а) Леонардо да Винчи
6. а) Изобретательский бум
7. а) Вальтер Гропиус
8. б) Простой и функциональный дизайн
9. б) Византийские традиции
10. б) Антонио Гауди
11. с) Мемфис
12. d) Арт-деко
13. с) Мемфис
14. б) Минимализм и технологичность
15. б) Комплекс визуальных и текстовых элементов, обеспечивающих единство компании / бренда
16. d) Фото
17. б) Цветовой круг Иттена
18. а) Разработка концепции
19. а) Лендинг – одностраничный сайт, сфокусированный на одной цели
20. d) Сложность

Критерии оценивания результатов теста

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Тест	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Количество верных ответов	1-4	5-10	11-15	16-20

Информация о разработчиках

Е. Н. Винокурова, ассистент кафедры социальных коммуникаций ТГУ.