

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

Филологический факультет

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
И.В. Тубалова

Оценочные материалы по дисциплине

Виды и проектирование визуального контента

по направлению подготовки

42.04.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:
Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения
Очная

Квалификация
Контент-продюсер – медиаменеджер

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.Ф. Гнусова

Председатель УМК
Ю.А. Тихомирова

Томск – 2025

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

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

БК-1 Способен действовать самостоятельно в условиях неопределенности при решении профессиональных задач и брать на себя ответственность за последствия принятых решений.

ОПК-1 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты..

ОПК-2 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ПК-1 Способен создавать информационно-воздействующие медиатексты и (или) медиапродукты разных видов, жанров, стилей, форматов.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК- 1.2 Умеет принимать наиболее эффективные решения в условиях ограничения информации и ресурсов;

лично решать проблемы вместе с командой, которые возникли в результате принятых решений;

прогнозировать варианты развития событий, предлагать методы уменьшения неопределенности в зависимости от ситуации и допустимых ресурсов

РООПК-1.2 Умеет: применять традиционные и инновационные подходы к анализу потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты;

прогнозировать спрос на медиатексты и (или) медиапродукты на основании исследования рынка медиапродуктов

РООПК-2.1 Знает критерии отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности

РООПК-2.2 Умеет внедрять в медиапроизводство современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

РОПК-1.1 Знает задачи, особенности, методы, техники создания информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля: проектная работа, практические задания.

Проектная работа (РОБК-1.2; РООПК-1.2; РООПК-2.1; РООПК-2.2; РОПК-1.1)

Проект является сквозным. Над ним студенты будут работать в течение всего семестра, поэтапно выполняя промежуточные практические задания.

Результаты выполнения всех практических заданий дисциплины должны быть представлены студентом в шаблоне презентации. Каждому заданию соответствует определённый раздел (тематических блок) презентации. По окончании дисциплины у студента должна быть полностью сформирована презентация (занесены все задания). Это будет считаться выполнением итогового задания.

Разделы шаблона презентации:

1. Название проекта.
2. Аналитическая часть:
 - Целевая аудитория;
 - мудборд, описанный через прилагательные (например, дружелюбный, весёлый, инновационный).
1. Креативная часть:
 - идея бренда и её описание;
 - цвета, шрифты, стиль графики (фото, иллюстрация и пр.);
 - система элементов фирменного стиля (как предыдущие элементы должны работать, выстраиваться в эту систему);
 - необходимые носители (например, для кинотеатра — попкорн, билеты и афиши);
 - ToV;
 - оформление соцсетей, сайта, приложения, печатной продукции, рекламы.
- В этом задании и во всех последующих для выполнения задания рекомендуется использовать интернет-ресурсы ru.pinterest.com и behance.net.

Задание:

1. Погрузиться в тематику проекта, выданного преподавателем: решить, чем это должно быть в понимании студента, сделать первые наброски. Пример: кинотеатр для собак. Выпишите слова (прилагательные, обозначения предметов, словесные обороты), которые подходят к теме.
2. Посмотреть значение каждого слова (что такое кинотеатр и какие услуги для собак бывают). Посмотреть референсы по соответствующей теме, используя интернет-ресурсы.
3. Сделать подборку референсов (4–8), подходящих для этой темы.
4. Подобранные слова и найденные референсы разместить в презентации.

Темы фантазийных брендов:

1. Фитобар для байкеров.
2. Экологичная химчистка.
3. Кинотеатр для собак.
4. Детский сад для растений.
5. Салон красоты для бабушек.
6. Спа-салон для работников ЖКХ.
7. Торты для брутальных мужчин.
8. Магазин диковинных товаров.
9. Школа для капризных женщин.
10. Йога для кошек.
11. Доставка редких экзотических животных.
12. Туроператор полётов в космос.
13. Бар для невест.
14. Цирк бабочек.
15. Театр роботов.
16. Клуб садоводов-любителей больших тыкв.
17. Маникюрный салон для брутальных мужчин.
18. Прокат диджитал-карет.
19. Курс молодого бойца для гламурных девушек.
20. Организация праздников в стиле панк-рок.
21. Строительная компания диснеевских дворцов.
22. Спортивный бренд для бодипозитивных моделей.

23. Детективное агентство по поиску хороших дел.
24. Эзотерический салон для скептиков.
25. Компания «Виртуальный дом для пожилых».
26. Музей молока.
27. Школа кулинарии для мужчин.
28. Ресторан молекулярной кухни.
29. Фрик-шоу.
30. Межгалактические олимпийские игры.

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Практические задания (РОБК-1.2, РОПК-1.1).

Задание 1

1. Описать прямых и косвенных конкурентов вашего бренда с помощью текста и картинок. Из картинок составить мудборд, включающий: логотип, страницу сайта компании, рекламный постер (при наличии). Текст представить в виде выводов: что вы видите, как выглядит компания, какие основные фирменные цвета используются.

2. Создать схему позиционирования бренда (через прилагательные) и расставить на ней конкурентов

3. Разместить описания и схему позиционирования на слайдах 3–9 шаблона презентации.

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Задание 2. Проанализировать визуальные коды целевой аудитории и определить настроение бренда.

1. Описать представителя ЦА словами — объем не менее того, что указано в примере про ЦА бренда удобрений.

2. Собрать картинки (не менее 10), которые иллюстрируют, что окружает ЦА, составить из них мудборд.

3. Проиллюстрировать при помощи мудборда прилагательные (2–3), которые характеризуют настроение вашего бренда. Проверить соответствуют ли они критериям оценки дизайна: визуальным кодам ЦА, правилам продукта данной категории, передают ли понятные ЦА эмоции.

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Задание 3

1. Для своего фантазийного бренда придумать метафору (ваш бренд как что?)

2. Подобрать под метафору:

- стилистику
- Tone of Voice
- подумать о необходимых носителях подходящих вашему бренду
- шрифт / цвета

1. Обосновать свой выбор

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Практические задания (РООПК-1.2).

Задание 1

1. Подобрать под вашу идею ключевые графические элементы дизайна (стилистика, 3D, фото, иллюстрация) на интернет-ресурсах, посвященных дизайну, и обосновать свой выбор.

2. Составить перечень необходимых подрядчиков (иллюстратор, фотограф и т.д.) с учетом предполагаемого набора инструментов и задач.

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Задание 2. Подобрать референсы под свой бренд (можно составить самостоятельно, используя готовые картинки). Раскладка должна включать в себя 3×3 картинок (всего 9). Сформулировать визуальную особенность своего бренда (в чем заключается «фишка» бренда). Например: National Geographic — это всегда желтая рамка слева. Продумать раскладку «фишки» (обоснованный уникальный приём для выделения вашего бренда) на контенте разного типа в социальных сетях.

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если составлено не менее 2-х собранных (готовых) референсов, и студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Задание 3

1. Подобрать стилистику подачи контента в digital, в печатных журналах или их электронных версиях, подходящих к вашему фантазийному бренду.

2. Сформировать ТЗ дизайннеру

3. Обосновать свой выбор

Критерии оценивания: задание считается выполненным, при условии соответствия всем указанным пунктам:

1. Студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок

2. Презентация содержит все необходимые части и пункты.

3. Студент продемонстрировал и аргументировал согласованность аналитической и креативной частей.

4. Студент уложился в заданный тайминг (не менее 7 и не более 20 мин)

5. Каждый пункт описания в аналитической и креативной части содержит не более 3-х слайдов. В противном случае задание считается невыполненным.

Практические задания (РООПК-2.1, РООПК-2.2).

Задание 1. Подобрать категорию сайта и подходящий контент к вашему фантазийному бренду и обосновать свой выбор.

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

Задание 2. Подобрать подходящий фото- и видеоконтент к конкретному бренду. Прописать ТЗ с мудбордами и четкими задачами для подрядчиков (фотографы, видеографы).

Критерии оценивания: задание считается выполненным, если студент сохранил презентацию по всем пунктам задания и загрузил его в LMS в установленный срок. В противном случае задание считается невыполненным.

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

Зачет с оценкой проводится в форме итогового тестирования. Итоговое тестирование проводится в дистанционном асинхронном режиме. Тест состоит из 30 тестовых вопросов по материалам курса, которые оцениваются в соответствии с ключом (каждый верный ответ — 1 балл). Время на прохождение теста — 90 минут.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется в случае, если рейтинговый балл более 80.

Оценка «хорошо» выставляется в случае, если рейтинговый балл от 60 до 79.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если рейтинговый балл от 40 до 59.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, если рейтинговый балл менее 40.

Примеры тестовых вопросов (РООПК-1.2; РООПК-2.1; РООПК-2.2)

1. Креативная часть визуального контента включает в себя:

1. мудборд
2. вид и стиль графики
3. цветовую палитру
4. шрифты
5. идеино-смысловое содержание

2. Функции визуальной коммуникации:

1. информационная
2. эмоциональная
3. прагматическая
4. теоретическая

3. Правильный визуальный контент помогает:

1. донести объективную информацию
2. легко объяснить сложные понятия
3. установить эмоциональную связь с пользователем
4. отстроиться от конкурентов

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

Тестовые задания (РОПК-1.1)

Выберите один или несколько вариантов ответа

Вопрос 1. Какая программа используется для редактирования растровой графики?

- 1) Adobe Photoshop
- 2) Adobe Illustrator
- 3) CorelDraw

Ответ: 1) Adobe Photoshop

Вопрос 2. Какие интернет-ресурсы рекомендуется использовать для поиска референсов и составления мудборда?

- 1) ru.pinterest.com
- 2) behance.net.
- 3) unsplash.com

Ответ: 1) ru.pinterest.com; 2) behance.net.

Критерии оценивания: текст считается пройденным, если обучающийся ответил правильно хотя бы на половину вопросов.

Тестовые задания (РОБК-1.2)

Выберите один или несколько вариантов ответа

Вопрос 1. На каком ресурсе можно найти качественные шрифты для проекта?

1) <https://www.paratype.ru/>

2) <https://fonts.google.com/>

Ответ: 1) <https://www.paratype.ru/>

Вопрос 2. Функцией мудборда не является:

1) передавать настроение и общее ощущение от проекта

2) давать моментальное представление зрителю о том, каким будет визуальный образ проекта

3) передавать контекст, мир читателя

4) давать представление о том, как вы видите проект до того, как начнете делать его оформление

5) создание коллажа из красивых изображений

Ответ: 5) создание коллажа из красивых изображений

Критерии оценивания: текст считается пройденным, если обучающийся ответил правильно хотя бы на половину вопросов.

Тестовые задания (РООПК-1.2)

Вопрос 1. На каких сайтах воспользоваться палитрой, составленной профессиональными дизайнерами?

1) <https://m3.material.io/>

2) <https://www.materialpalette.com/>

3) <https://color.adobe.com/ru/create/color-wheel>

4) <https://colorscheme.ru/html-colors.html>

Ответ: 1); 2); 3)

Вопрос 2. На каком сервисе можно создать инфографику?

1) <https://piktochart.com/>

2) <https://infogram.com/>

3) https://mkt.tableau.com/no_service.html

4) <https://knightlab.northwestern.edu/>

Ответ: 1); 2); 3)

Критерии оценивания: текст считается пройденным, если обучающийся ответил правильно хотя бы на половину вопросов.

Информация о разработчиках

Галькова Алёна Вадимовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ НИ ТГУ.