

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

**Визуальный сторителлинг и дизайн**

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-2 Способен использовать научные методы для решения профессиональных задач.

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

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

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-2.1 Знает основные методы научных исследований

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

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

РОПК-1.2 Умеет собирать и анализировать

информацию для создания информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов;

использовать навыки письма на русском литературном языке для создания верbalных информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов;

создавать иные (кроме вербальных) информационно-воздействующие медиатексты и (или) медиапродукты разных видов, жанров, стилей, форматов

## **2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания**

Элементы текущего контроля: практические задания, тесты.

Практическое задание (РОБК-2.1)

1. Проведите два исследования целевой аудитории вашей услуги / товара / бренда: количественное исследование, качественное исследование (интервью) не менее чем с двумя респондентами.
2. Проведите визуальные исследования, в которых нужно проанализировать, чем живет и что окружает целевую аудиторию вашей услуги / товара / бренда.
3. Заполните карту эмпатии для выбранного вами проекта.

Критерии оценивания: задание зачтено, если предложения для целевой аудитории сформулированы обучающимся так, чтобы побудить их захотеть купить / вернуться к вашему бренду / услуге / продукту.

Практическое задание (РООПК-1.2)

1. Проведите анализ конкурентов вашего проекта. Делайте упор на визуальные составляющие, оцените их сильные и слабые стороны, отметьте, какие инновации и тренды используют конкуренты в вашей отрасли.
2. Заполните ценностное предложение по результатам анализа конкурентов. Оно должно включать: описание целевой аудитории вашего продукта; уникальное

преимущества вашего продукта; описание потребностей целевой аудитории, которые можно удовлетворить вашим продуктом.

3. Лаконично сформулируйте ваше ценностное предложение.

Критерии оценивания: задание зачтено, если обучающийся провел анализ конкурентов, создал ценностное предложение и переложил его на систему визуальной коммуникации.

Практическое задание (РОПК-1.1; РОПК-1.2)

1. Найдите разные метафоры для вашего бренда (2–3 концепта) по вашему проекту. Продумайте свои варианты метафоры, выберите один и продумайте детали для вашего бренда.

Критерии оценивания: задание зачтено, если обучающийся разработал концепт бренда.

2. Разработайте упаковку для вашей услуги, товара или бренда. Найдите примеры / референсы, подходящие к метафоре вашего бренда (для того чтобы расширить впечатление за счет упаковки). Простройте логику повествования и презентуйте ваш проект в выбранной и обоснованной (метафорой) стилистике.

Критерии оценивания: задание зачтено, если обучающийся разработал.

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

Зачет в первом семестре проводится в форме защиты итогового проекта.

В ходе зачета обучающийся должен продемонстрировать достижение запланированных индикаторов: демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности (РОБК-2.1); оценивает и отбирает технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства печатных и электронных изданий (РООПК-1.2); использует в практике книгоиздания и медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (РОПК-1.1; РОПК-1.2).

. Итоговое задание – защита проекта

Подготовьте презентацию своего проекта. Презентация должна обязательно включать:

1. Питчинг по выбранному вами проекту.
2. Результаты количественного (онлайн-опрос), качественного (интервью как минимум с двумя респондентами) и визуального исследований целевой аудитории вашей услуги, товара или бренда.
3. Результаты заполнения карты эмпатии с описанием параметров пользователя вашего продукта:
  - что пользователь видит и слышит;
  - что он думает и чувствует;
  - что он говорит и делает;
  - какая у вашего пользователя проблема, боль при выборе услуги, товара или бренда.
4. Результаты анализа конкурентов вашей услуги, товара или бренда с указанием их сильных и слабых сторон, инноваций и трендов, которые они используют.
5. Заполненный шаблон ценностного предложения (ЦП) по Остервальдеру:
  - описание целевой аудитории вашей услуги;
  - описание потребностей целевой аудитории;

- уникальные преимущества вашей услуги, товара или бренда: отличительные характеристики и возможности, которые помогут улучшить жизнь клиента.

6. Сформулированное в лаконичном стиле ценностное предложение: конкретное, понятное и уникальное.

7. Позиционирование и характер вашей услуги, товара или бренда.
8. Метафору, подходящую для вашей услуги, товара или бренда.
9. Концепт упаковки вашей услуги, товара или бренда.

При подготовке презентации обратите внимание на темпоритмiku презентации и повествования, на стилистику и вёрстку презентации.

**Порядок защиты:**

7–10 минут — презентация проекта.

5 минут — обратная связь по проекту от преподавателя.

**Критерии оценивания**

**Задание считается выполненным, если:**

1. Студент сохранил презентацию и загрузил её в LMS в установленный срок.
2. Презентация содержит все необходимые части и пункты.
3. Студент продемонстрировал результаты исследований ЦА, сформулированное ценностное предложение, объяснил логику выбора позиционирования, характера, метафоры и упаковки услуги, товара или бренда.
4. На защите проекта студент уложился в заданный тайминг — не менее 7 и не более 10 минут.

В противном случае задание считается невыполненным.

Оценка «зачтено» ставится, если работа выполнена на высоком уровне, проработаны все блоки, присутствуют некритичные ошибки, есть незначительные дополнения или рекомендации.

Оценка «не зачтено» ставится, если не выполнено хотя бы одно из условий для зачёта

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

Тестовые задания (РОБК-2.1; РООПК-1.2; РОПК-1.1; РОПК-1.2)

1. Цели и задачи сторителлинга:

- 1) Привлечение внимания
- 2) Повышение продаж
- 3) Представление информации
- 4) Увеличение узнаваемости
- 5) Повышение лояльности

Ответ: 1), 2)

2. Структура сторителлинга классического типа включает в себя:

- 1) завязка
- 2) начало
- 3) развитие
- 4) продолжение
- 5) кульминация
- 6) развязка
- 7) конец

Ответ: 1), 5), 6)

3. Какие элементы относятся к методу 5 P's?

- 1) Position
- 2) People

- 3) Place
  - 4) Point
  - 5) Platforms
  - 6) Personal
- Ответ: 2), 3), 5), 6)

### **Информация о разработчиках**

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