

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 визуального контента: практикум

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:

ПК-1. Способен управлять информационными ресурсами организации, в том числе при реализации ее коммуникационных проектов, создавать и продвигать контент с использованием цифровых и сетевых технологий

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

РОПК-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их работу при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

## 2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Примерные задания/элементы текущего контроля:

- выполнение домашних работ и защита их результатов;
- макет разработанного в Figma рекламного плаката;
- иллюстрация, серия иконок и паттерн для лендинга / сайта бренда, разработанные в Figma;
- иллюстрация для лендинга / сайта бренда, разработанная с использованием инструментов ГИИ;
- лендинг для бренда.

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	<b>Тема 1.</b> Основы дизайна визуального контента.	РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий	<i>Макет разработанного в Figma рекламного плаката:</i> Для конкретного глобального или регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.) разработать рекламный креатив с использованием базовых инструментов Figma, учитывая основные принципы создания визуального контента; работы с цветом, шрифтами и композицией; канал и формат.

	<p><b>Тема 2.</b> Векторная графика и работа с иллюстрация ми.</p>	<p>РОПК-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их работу при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий</p>	<p><i>Иллюстрация, серия иконок и паттерн для лендинга / сайта бренда, разработанные в Figma:</i> Для лендинга / сайта конкретного глобального или регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.) разработать иллюстрацию, серию иконок и паттерн в фирменном стиле бренда с использованием инструментов Figma.</p>
3	<p><b>Тема 3.</b> Работа с инструментам и генеративного дизайна.</p>	<p>РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий</p> <p>РОПК-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их работу при реализации различных стратегий и коммуникационных</p>	<p><i>Иллюстрация для лендинга / сайта бренда, разработанная с использованием инструментов ГИИ:</i> Для лендинга / сайта конкретного глобального или регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.) разработать иллюстрацию с использованием инструментов ГИИ. Полученный результат доработать в Figma.</p>

		проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий	
4	<b>Тема 4.</b> Основы UI дизайна.	РОПК-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их работу при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий	<i>Лендинг для бренда:</i> Для конкретного глобального или регионального бренда (компании / кампании / мероприятия и пр.) разработать лендинг в фирменном стиле с использованием инструментов Figma и Tilda / Readymag.
5	Итоговая аттестация по дисциплине	РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий  РОПК-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их	Промежуточная аттестация проводится в форме, определенной учебным планом сетевой образовательной программы (Зачет в шестом семестре), и в порядке, установленном локальными нормативными актами Организации-участника на Платформе «Skillbox 2.0» (формат защиты творческого проекта).

		работу при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий	
--	--	---	--

### Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Выполнение домашних работ и защита ее результатов; макет разработанного в Figma рекламного плаката; иллюстрация, серия иконок и паттерн для лендинга / сайта бренда, разработанные в Figma; иллюстрация для лендинга / сайта бренда, разработанная с использованием инструментов ГИИ; лендинг для бренда.	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)

Критерии оценивания выполнения домашних работ и защиты их результатов; макета разработанного в Figma рекламного плаката; иллюстрации, серии иконок и паттерна для лендинга / сайта бренда, разработанных в Figma; иллюстрации для лендинга / сайта бренда, разработанной с использованием инструментов ГИИ; лендинга для бренда:

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**

**Зачет в пятом семестре** проводится в виде представления итогового творческого проекта. Промежуточная аттестация проводится в порядке, установленном локальными нормативными актами Организации-участника на Платформе «Skillbox 2.0».

#### **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. Разработка для компании / бренда полиграфических материалов в фирменном стиле (листовок, баннеров, буклетов, афиш, визиток и пр.) с использованием инструментов Figma.
4. С использованием инструментов Figma и сервисов ГИИ разработать иллюстрации, серию иконок и паттерн в фирменном стиле компании / бренда для оформления лендинга / сайта компании / бренда и ее страниц в социальных сетях.
5. Разработка лендинга в фирменном стиле с использованием инструментов Figma и Tilda / Readymag.
6. Подготовка электронной презентации с результатами проделанной работы и пояснительного текстового документа.

#### **Критерии оценивания результатов итоговой аттестации**

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Защита итогового творческого проекта (РОПК-1.1, РОПК-1.2)	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

#### **Критерии оценки защиты итогового творческого проекта:**

Результаты зачета определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». В зачетку выставляется «зачтено», если студент за устную защиту итогового творческого проекта получает оценку не ниже «удовлетворительно».

#### **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.

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

Тест (РОПК-1.1; РОПК-1.2).

Инструкция: Выберите один правильный ответ на каждый вопрос.

1. Что из перечисленного НЕ является визуальным контентом?

- a) Текстовые блоки на сайте
- b) Видео в социальных сетях
- c) Баннеры в поисковых системах
- d) Все перечисленное верно

2. Что такое мудборд?

- a) Доска для интерактивных занятий
- b) Программа для редактирования видео
- c) Визуальный инструмент для коллекционирования идей и вдохновения
- d) Все перечисленное верно

3. Что такое референсы?

- a) Ссылки на онлайн-ресурсы

- b) Техники редактирования видео
- c) Примеры работ или изображений, используемые как вдохновение
- d) Все перечисленное верно

4. Какая цветовая модель используется в печатной продукции?

- a) CMYK
- b) HSB
- c) RGB
- d) Все перечисленное верно

5. Какой цвет в психологии ассоциируется с энергией и страстью?

- a) Зеленый
- b) Красный
- c) Желтый
- d) Все перечисленное верно

6. К какой классификации шрифтов относятся шрифты с засечками?

- a) Serif
- b) Script
- c) Sans-serif
- d) Sans

7. Какое основное правило использования шрифтов в дизайне?

- a) Использовать не более трех разных шрифтов в одном проекте
- b) Использовать только один и тот же шрифт
- c) Избегать использования шрифтов с засечками
- d) Избегать использования рукописных шрифтов

8. Какое влияние оказывает типографика на восприятие контента?

- a) Не имеет значения
- b) Улучшает читабельность и визуальную привлекательность
- c) Заменяет изображения
- d) Все ответы неверные. Свой вариант ответа: \_\_\_\_\_

9. Что является примером удачной композиции?

- a) Текст посередине изображения, тяжелый верхний край
- b) Перегруженность элементами в правой части
- c) Четкое разделение на три части, симметрия элементов
- d) Перегруженность элементами в левой части

10. Какой принцип композиции предполагает равномерное распределение визуальных весов?

- a) Баланс
- b) Ритм
- c) Контраст
- d) Все ответы неверные. Свой вариант ответа: \_\_\_\_\_

11. Какая основная особенность векторной графики?

- a) Основана на пикселях
- b) Можно масштабировать без потери качества
- c) Использует много памяти
- d) Все ответы неверные. Свой вариант ответа: \_\_\_\_\_



12. В каком формате обычно сохраняются векторные файлы?

- a) .jpg
- b) .png
- c) .svg
- d) Все ответы неверные. Свой вариант ответа: \_\_\_\_\_

13. Какой стиль векторной графики часто используется для логотипов?

- a) Минималистический
- b) Фотореалистичный
- c) Барочный
- d) Все перечисленное верно

14. Какие основные принципы создания иконок?

- a) Подробное моделирование
- b) Использование текстур
- c) Простота и читабельность
- d) Все перечисленное верно

15. Какие виды паттернов используются в дизайне?

- a) Геометрические
- b) Иллюстративные
- c) Абстрактные
- d) Все перечисленное верно

16. Что такое генеративный дизайн?

- a) Традиционное рисование на бумаге
- b) Использование алгоритмов для автоматического создания дизайн-решений
- c) Ручное редактирование фотографий
- d) Все ответы неверные. Свой вариант ответа: \_\_\_\_\_

17. Какой заключительный этап разработки дизайна с использованием ГИИ?

- a) Составление промта
- b) Доработка дизайна человеком
- c) Загрузка в нейросети
- d) Все ответы неверные. Свой вариант ответа: \_\_\_\_\_

18. 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

19. Какие основные типы лендингов существуют?

- a) Информационные и промо-лендинги
- b) Надоедливые и приятные лендинги
- c) Лендинги для мобильных устройств
- d) Все перечисленное верно

20. Что влияет на эффективность лендинга?

- a) Цветовая гамма и шрифтовое решение
- b) Композиция

- c) Призыв к действию
- d) Все перечисленное верно

**Ответы:**

1. a) Текстовые блоки на сайте
2. c) Визуальный инструмент для коллекционирования идей и вдохновения
3. c) Примеры работ или изображений, используемые как вдохновение
4. a) СМУК
5. b) Красный
6. a) Serif
7. a) Использовать не более трех разных шрифтов в одном проекте
8. b) Улучшает читабельность и визуальную привлекательность
9. c) Четкое разделение на три части, симметрия элементов
10. a) Баланс
11. b) Можно масштабировать без потери качества
12. c) .svg
13. a) Минималистический
14. c) Простота и читабельность
15. d) Все перечисленное верно
16. b) Использование алгоритмов для автоматического создания дизайн-решений
17. b) Доработка дизайна человеком
18. a) Лендинг – одностраничный сайт, сфокусированный на одной цели
19. a) Информационные и промо-лендинги
20. d) Все перечисленное верно

**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;  
 Группа разработчиков курса и методистов сетевого образовательного партнера Skillbox.