

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:36
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Дизайн в средствах массовых коммуникаций

Код, направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Типовые задания для контрольной работы
Контрольная работа – Дизайн в средствах массовых коммуникаций
(7 семестр)

Перед проведением зачета в 7 семестре проводится контрольная работа с целью контроля усвоения студентами знаний лекционного курса, оценки знаний и навыков, приобретенных в ходе практических занятий, развивающие профессиональные способности в соответствии с требованиями квалификационной характеристики специалиста.

Контрольная работа проводится в виде заданий по теме Современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта, по расписанию в часы учебных занятий в объеме, предусмотренном рабочей программой по дисциплине и учебной нагрузкой преподавателя.

Примерные темы контрольных работ:

1. Особенности брифа для изготовления издательской продукции.
2. Основные этапы подготовки полиграфических изданий к выпуску.
3. Основные этапы работы под создание корпоративных СМИ.
4. Особенности использования цвета в дизайне издательской продукции.
5. Дизайн пресс-релиза.
6. Разработка дизайна брошюры
7. Разработка дизайна корпоративной газеты.
8. Разработка дизайна корпоративного журнала.
9. Разработка дизайна каталога.
10. Разработка дизайна листовки.
11. Разработка дизайна буклета.
12. Разработка дизайна приглашений и визиток.

Типовые вопросы к зачету (7 семестр)

Проведение промежуточной аттестации в 7 семестре происходит в виде зачета. Зачет представляет из себя ответ на 1 теоретический вопрос и выполнение 1 задания по расписанию в часы учебных занятий в объеме, предусмотренном рабочей программой по дисциплине и учебной нагрузкой преподавателя.

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»	Вид задания
<p><i>Сформулируйте развернутые ответы на следующие теоретические вопросы:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие дизайна. История. Основные направления. 2. История развития дизайна в Европе, США, России 3. Цель дизайна. История теории дизайна 4. Теории дизайна. 5. Виды дизайна: графический, предметных форм, книжный, ландшафтный, дизайн интерьера, дизайн одежды, формальный, специальный. 6. Исторические традиции эргономики. Дизайн и эргономика. 7. Основы композиции. Определения композиции. Композиция в дизайне. Средства создания и передачи информации в композиции. 8. Средства композиции. Методы пропорционирования: масштаб и масштабность; тождество, контраст, нюанс; доминанта. 9. Виды композиции: линейная, фронтальная, объемная, пространственная; особенности многоэлементной композиции. Типы композиции: сюжетно-изобразительная, декоративно-тематическая, предметных форм, формальная; средства выразительности композиции. 	<p>- теоретический</p>

10. Цветовые закономерности в дизайне. Цвета и краски. Цветовой контраст и нюанс. Цвета и колористика, роль цветов и цветовых сочетаний в разных СМИ.
11. Основные понятия цветоведения: цветовой тон (цвет); светлота (яркость цвета); цветовая насыщенность. Ахроматические и хроматические цвета. Цветовой круг Освальда. Цветовой круг Гете. Использование цветового круга Освальда для подбора цветовых гармоний.
12. Цветовое моделирование в СМИ. Основы выбора колористической структуры печатного издания.
13. Определение дизайна как художественно-проектной деятельности. Появление проблематики дизайна при разделении искусства, ремесла и массового производства.
14. Основы построения перспективы точки и прямой. Основы построения частного и особого положения точки и прямой в перспективе.
15. Особенности использования шрифтов. Шрифты и их роль в печатных, электронных и онлайн-овых СМИ. Основные характеристики шрифта: размер кегля; начертание; тип шрифта; вид шрифта.
16. Шрифтовая композиция. Фирменный шрифт. Удобочитаемый и неудобочитаемый текст. Компьютерные технологии создания шрифтов. Композиция текстового документа: форма шрифта; форма печатной страницы; требования к форме текста. Единство формы и содержания текста.
17. Функции дизайна печатных СМИ в современных условиях. Основные компоненты дизайна печатных СМИ. Принципы дизайна печатных СМИ. Дизайн и бренд электронных СМИ.
18. Графический фирменный стиль конкретного издания. Проектирование полиграфического издания. Понятие оригинал-макета.
19. Основные этапы подготовки полиграфических изданий к выпуску.
20. Особенности использования цвета в дизайне издательской продукции.
21. Виды иллюстраций, используемые в PR-изданиях.
22. Фирменный блок: шрифт, графические символы, фирменные цвета, формат, схема набора и расположения текста.
23. Структура и композиция издания. Законы композиции: целостность, стилевое единство, постоянство и универсальность.
24. Элементы фирменного стиля СМИ. Значение фирменного стиля для издания. Товарный знак издания. Формат издания, схема набора и расположения текста. Виды верстки.
25. Дизайн первой полосы. Заголовочный комплекс. Шрифт: текстовый и заголовочный. Графические символы: линейки, пробельные элементы, украшения. Фирменные цвета. Изобразительный материал: фотографии, рисунки.
26. Заголовок и заголовочный комплекс: его значение в дизайне печатных и онлайн-овых СМИ.
27. Разработка дизайна газеты и журнала.
28. Печатная реклама (листовки, буклеты, флай-карты и т.д.). Совмещение текста и изображения. Работа с модульной сеткой. Правила размещения рекламы в печатных СМИ
29. Ориентации в содержании и структуре текстов. Шрифтовые ориентиры: «шапка», анонс, рубрика, надзаголовок, заголовок, подзаголовок, вводка, врезка, эпиграф, авторская подпись и их роль в оформлении полосы. Пространственная организация заголовочных

<p>комплексов и текста. Информативность, точность и выразительность заголовочных элементов.</p> <p>30. Иллюстрация как самостоятельный элемент полосы. Правила сочетания иллюстрации с текстом. Пространственная организация изобразительных материалов на газетных полосах.</p> <p>31. Функции, задачи и принципы оформления интернет-сайтов.</p> <p>32. Разработка дизайна приглашений и визиток.</p> <p>33. Использование дизайна при разработке упаковки</p> <p>34. Использование дизайна при разработке фирменного стиля. Дизайн как материальное выражение фирменного стиля компании.</p> <p>35. Использование дизайна при разработке товарных знаков и логотипов.</p> <p>36. Представительская издательская продукция и особенности ее дизайна</p>	
---	--

<p>Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет», «Владеет»</p>	<p>Вид задания</p>
<p><i>Практическое задание:</i> Провести критический анализ дизайна презентации, корпоративного сайта. Разработать рекомендации по усовершенствованию коммуникативного продукта</p>	<p>- практический</p>