

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:57:39
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 24	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Создание фирменного стиля

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

**Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах
деятельности**

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Челябинск 2026 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 21

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности, Создание фирменного стиля, очная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе _____ утверждено 00.02.2026 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 8 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А.Гладков

Автор (составитель)

С.А. Гладков

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) *«Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности»*

Дисциплина: *Создание фирменного стиля*

Семестр (семестры) изучения: *7*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *экзамен*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины *«Создание фирменного стиля»* направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами. Владеть Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами. Знать Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: Для достижения ОПК-1.1.: Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Уметь: Для достижения ОПК-1.1.: Уметь определять в деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеть: Для достижения ОПК-1.1.: Владеть опытом различения особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Знать: Для достижения ОПК-1.2.: Знать основные принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Уметь: Для достижения ОПК-1.2.: Уметь применять принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеть: Для достижения ОПК-1.2.: Владеть алгоритмом подготовки



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать: Для достижения ОПК-2.1.: Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь: Для достижения ОПК-2.1.: Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Владеть: Для достижения ОПК-2.1.: Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Знать: Для достижения ОПК-2.2.: Знать принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов Уметь: Для достижения ОПК-2.2.: Уметь применять принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов Владеть: Для достижения ОПК-2.2.: Владеть навыками сохранения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.
ОПК-3:	Способен использовать многообразие достижений	Знать Для достижения ОПК-3.1.:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать основные этапы отечественного и мирового культурного процесса Уметь Для достижения ОПК-3.1.: Уметь выявлять этапы отечественного и мирового культурного процесса Владеть Для достижения ОПК-3.1.: Владеть кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса Знать Для достижения ОПК-3.2.: Знать средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах Уметь Для достижения ОПК-3.2.: Уметь применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах Владеть Для достижения ОПК-3.2.: Владеть навыками создания выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
ОПК-6	ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знать: Для достижения ОПК-6.1.: Знать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности Уметь: Для достижения ОПК-6.1.: Уметь использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности Владеть Для достижения ОПК-6.1.: Владеть навыками отбора технического оборудования и программного обеспечения Знать: Для достижения ОПК-6.2.: Знать современные стационарные и мобильные



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) Продукта Уметь: Для достижения ОПК-6.2.: Уметь эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства Владеть: Для достижения ОПК-6.2.: Владеть навыками работы со стационарными и мобильными цифровыми устройствами на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: Для достижения ПК-1.1.: Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-1.1.: Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-1.1.: Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-1.2.: Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-1.2.: Уметь применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-1.2.:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Владеть навыками создания информационных поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Знать:

Для достижения ПК-1.3.:

Знать основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Уметь:

Для достижения ПК-1.3.:

Уметь отбирать материал для сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеть:

Для достижения ПК-1.3.:

Владеть навыками проведения специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Знать:

Для достижения ПК-1.4.:

Знать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

Уметь:

Для достижения ПК-1.4.:

Уметь подбирать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

Владеть:

Для достижения ПК-1.4.:

Владеть навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	Знать Для достижения УК- 2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь Для достижения УК- 2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами. Владеть Для достижения УК- 2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами. Знать Для достижения УК- 2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь	1. Этапы развития графического дизайна /Лек/ 2. Социокультурные функции графического дизайна /Пр/ 3. Реклама как область графического дизайна /Лек/ 4. Анализ примеров дизайна наклеек, этикеток, листовок, визитных карточек, плакатов, календарей, газет, журналов, упаковки, книжных изданий /Пр/	Письменные работы	Вопросы к экзамену



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора			
2	Знать: Для достижения ОПК-1.1.: Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Уметь: Для достижения ОПК-1.1.: Уметь определять в деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	5. Особенности и перспективы развития современного российского дизайна/Ср/ 6. Социокультурные основы графического дизайна /Лек/ 7. Этапы проектирования визуальной рекламы /Лек/ 8. Характеристики изделий (по К. Веркману) /Пр/	Письменные работы	Вопросы экзамену к



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

продуктов разных
медиа сегментов и
платформ
Владеть:
Для достижения ОПК-
1.1.:
Владеть опытом
различения
особенностей
медиа текстов, и (или)
медиа продуктов, и
(или)
коммуникационных
продуктов разных
медиа сегментов и
платформ
Знать:
Для достижения ОПК-
1.2.:
Знать основные
принципы подготовки
журналистских текстов
и (или) продуктов
различных жанров и
форматов в
соответствии с нормами
русского и
иностранного языков,
особенностями иных
знаковых систем
Уметь:
Для достижения ОПК-
1.2.:
Уметь применять
принципы подготовки
журналистских текстов
и (или) продуктов
различных жанров и
форматов в
соответствии с нормами
русского и
иностранного языков,
особенностями иных



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	знаковых систем Владеть: Для достижения ОПК-1.2.: Владеть алгоритмом подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.			
3	Знать: Для достижения ОПК-2.1.: Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь: Для достижения ОПК-2.1.: Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Владеть: Для достижения ОПК-2.1.: Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных	9. Объекты рекламного дизайна /Ср/ 10. Композиция в дизайне рекламы /Лек/ 11. Принципы композиционной организации Симметрия и ассиметрия /Ср/ 12. Цвет в дизайне рекламы. Эмоционально-пространственные свойства цветов /Ср/	Письменные работы	Вопросы экзамену к



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

институтов, механизмы
их функционирования и
тенденции развития

Знать:

Для достижения ОПК-
2.2.:

Знать принципы
объективности в
создаваемых
журналистских текстах
и (или) продуктах при
освещении
деятельности
общественных и
государственных
институтов

Уметь:

Для достижения ОПК-
2.2.:

Уметь применять
принцип объективности
в создаваемых
журналистских текстах
и (или) продуктах при
освещении
деятельности
общественных и
государственных
институтов

Владеть:

Для достижения ОПК-
2.2.:

Владеть навыками
сохранения принципа
объективности в
создаваемых
журналистских текстах
и (или) продуктах при
освещении
деятельности
общественных и
государственных
институтов.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4	Знать Для достижения ОПК-3.1.: Знать основные этапы отечественного и мирового культурного процесса Уметь Для достижения ОПК-3.1.: Уметь выявлять этапы отечественного и мирового культурного процесса Владеть Для достижения ОПК-3.1.: Владеть кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса Знать Для достижения ОПК-3.2.: Знать средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах Уметь Для достижения ОПК-3.2.: Уметь применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах Владеть Для достижения ОПК-3.2.:	13. Национальные особенности восприятия цвета в России и других странах/Ср/ 14. Механизм воздействия рекламного образа /Лек/ 15. Направления симуляции (имитация и аффектация) Рекламная графика как средство психологического воздействия /Ср/ 16. Графика в дизайне рекламы /Лек/	Письменные работы	Вопросы экзамену	к
---	--	--	-------------------	------------------	---



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	Владеть навыками создания выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах			
5	Знать: Для достижения ОПК-6.1.: Знать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности Уметь: Для достижения ОПК-6.1.: Уметь использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности Владеть: Для достижения ОПК-6.1.: Владеть навыками отбора технического оборудования и программного обеспечения Знать: Для достижения ОПК-6.2.: Знать современные стационарные и	17 Рисунок, чертеж, оформительская графика /Ср/ 18 Кич как концепция в графическом дизайне /Ср/ 19 Фирменный стиль компании. Разработка элементов фирменного стиля компании /Пр/ 20 Технологии создания логотипов /Ср/	Письменные работы	Вопросы экзамену к



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) Продукта Уметь: Для достижения ОПК-6.2.: Уметь эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства Владеть: Для достижения ОПК-6.2.: Владеть навыками работы со стационарными и мобильными цифровыми устройствами на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта			
6	Знать: Для достижения ПК-1.1.: Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-1.1.: Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью	21. Разработка логотипов /Пр/ 22. Психологический дизайн фирменного стиля Типографика /Ср/ 23. Дизайн печатной рекламы /ИКР/ 24. Разработка дизайна печатной	Письменные работы	Вопросы экзамену к



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Владеть: Для достижения ПК-1.1.: Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-1.2.: Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-1.2.: Уметь применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть Для достижения ПК-1.2.: Владеть навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере	рекламы /Пр/ 25. Растровая и векторная графика /Ср/ 26. Творческие и производственные технологии разработки дизайн-проекта/Ср/		
---	---	--	--



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

рекламы и связей с
общественностью

Знать:

Для достижения ПК-
1.3.:

Знать основы создания
сценариев специальных
событий и мероприятий
для рекламной или PR-
кампании

Уметь:

Для достижения ПК-
1.3.:

Уметь отбирать
материал для сценариев
специальных событий и
мероприятий для
реklamной или PR-
кампании

Владеть:

Для достижения ПК-
1.3.:

Владеть навыками
проведения
специальных событий и
мероприятий для
реklamной или PR-
кампании

Знать:

Для достижения ПК-
1.4.:

Знать инструменты
трансляции миссии и
философии
организации целевым
группам
общественности в
оффлайн- и онлайн-
среде

Уметь:

Для достижения ПК-
1.4.:

Уметь подбирать



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

инструменты
трансляции миссии и
философии
организации целевым
группам
общественности в
оффлайн- и онлайн-
среде
Владеть:
Для достижения ПК-
1.4.:
Владеть навыками
трансляции миссии и
философии
организации целевым
группам
общественности в
оффлайн- и онлайн-
среде

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Письменные работы

Темы письменных работ:

Становление и развитие графического дизайна
Реклама как область графического дизайна
Этапы проектирования визуальной рекламы
Композиция в дизайне рекламы
Цвет в дизайне рекламы
механизм воздействия рекламного образа
Графика, фотографика и типографика
Проектные приемы разработки рекламного образа
Компьютерная графика



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Вопросы к экзамену

Социокультурные основы графического дизайна

Ответ:

Каждый стиль в дизайне рождается в ответ на запросы своего времени:

Модерн (рубеж XIX-XX вв.): Реакция на промышленную революцию. Стремление придать машинному производству эстетику, вернуться к природным, органическим линиям, противопоставить безликому ширпотребу уникальный рукотворный объект. (Альфонс Муха, Уильям Моррис).

Конструктивизм (1920-е гг. в СССР): Визуальное воплощение идей революции и строительства нового общества. Отказ от «буржуазного» украшения в пользу функциональности, геометрии, коллективного труда. Плакаты, журналы, киоски становились агитаторами нового быта. (Эль Лисицкий, Александр Родченко).

Швейцарский интернациональный стиль (1950-60-е): Вызван к жизни послевоенной глобализацией бизнеса. Нужен был универсальный, понятный всем язык, преодолевающий культурные барьеры. Отсюда — модульные сетки, строгие гротескные шрифты (Helvetica), объективность. Он стал визуальным выражением порядка, демократии и международного сотрудничества.

Постмодернизм (1970-80-е): Бунт против строгости и догм модернизма. Ирония, цитирование исторических стилей, игра, коллаж. Это было отражением общего сдвига в обществе — от веры в большие проекты и идеологии к скепсису, плюрализму и индивидуализму.

Цифровая эпоха (1990-е — н.в.): Появление Интернета и социальных сетей радикально изменило дизайн. На первый план вышли юзабилити (удобство использования), интерактивность, адаптивность (верстка под разные экраны). Стиль стал глобальным и мгновенно распространяемым.



2. Дизайн как формирование общественного сознания

Графический дизайн — мощное орудие влияния, которое формирует:

Идентичность и идеологию: Гербы, флаги, плакаты, пропаганда. Советские агитационные плакаты или нацистская символика — ярчайшие примеры того, как дизайн конструирует коллективную идентичность и мобилизует массы.

Потребительское поведение: Упаковка, брендинг, реклама. Дизайн создает «оболочку желания», связывая товар с определенным стилем жизни, ценностью или эмоцией (например, экологичность через использование определенных цветов и шрифтов).

Социальные нормы и стереотипы: Визуальная коммуникация может как укреплять, так и ломать стереотипы. Например, современный тренд на инклюзивный дизайн — использование изображений людей разных рас, возрастов, телосложений и с инвалидностью — работает на формирование более открытого и толерантного общества.

3. Дизайн как культурный код

Визуальные коды субкультур: Панк-зины с их рваной эстетикой, гламурные глянцевого журналы, минимализм IT-компаний — каждый из этих стилей является визуальным маркером, по которому мы опознаем принадлежность к определенной группе.

Национальный колорит (Vernacular): Дизайн часто использует местные, «народные» визуальные языки (например, стиль американской придорожной рекламы 50-х или советские вывески), чтобы создать ощущение аутентичности, ностальгии или просто выделиться на фоне глобализованной эстетики.

4. Современные социокультурные тренды в дизайне

Сегодня дизайн напрямую реагирует на главные вызовы времени:



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 22 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Доступность (Accessibility): Дизайн становится этичным, учитывая потребности людей с ограниченными возможностями (контраст, шрифты для дислексиков, альтернативные тексты).

Устойчивость (Sustainability): Экотренд: минимальное использование краски, перерабатываемые материалы, дизайн, побуждающий к осознанному потреблению.

Инклюзивность (Inclusivity): Представление в визуальной коммуникации разнообразия человеческого опыта.

Доверие и прозрачность: В ответ на фейковые новости и цифровые манипуляции возникает спрос на «честный», простой и ясный дизайн, который вызывает доверие (например, в медиа или финтехе).

Этапы развития графического дизайна

Социокультурные функции графического дизайна

Реклама как область графического дизайна

Особенности и перспективы развития современного российского дизайна

Этапы проектирования визуальной рекламы

Характеристики изделий (по К. Веркману)

Объекты рекламного дизайна

Композиция в дизайне рекламы

Принципы композиционной организации

Симметрия и асимметрия

Цвет в дизайне рекламы

Эмоционально-пространственные свойства цветов

Национальные особенности восприятия цвета в России и других странах

Направления симуляции (имитация и аффектация)

Графика в дизайне рекламы

Фирменный стиль компании Технологии создания логотипов

Типографика

Фотографика

Роль мимики и жестов

Проектные приемы разработки рекламного образа

Разработка шрифтовых композиций

Аттракция и ее приемы



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 23 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Дизайн наружной рекламы
Дизайн печатной рекламы
Растровая и векторная графика
Стилизация цифровых фотографий
Средства и методы дизайн-технологии

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен по дисциплине в 7 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Создание фирменного стиля» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 24 из 24

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / не зачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.