

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

Визуальные коммуникации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Коммуникационного дизайна**
Учебный план 42.03.01_2023_РиО_3.plx
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 76

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	16 2/6		УП	РП
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

канд. архитектуры, доцент кафедры КД, Тихов В.Г.

Рецензент(ы):

канд. искусствоведения, зав.кафедрой КД, Нечаев М.Г.

Рабочая программа дисциплины

Визуальные коммуникации

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Коммуникационного дизайна

Протокол от 24.01.2025 г. № 6

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой А.В.Дьячков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью освоения дисциплины «Визуальные коммуникации» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с ФГОС ВО в предметной области дисциплин в области коммуникативного дизайна. Приобретение знаний об особенностях визуальной коммуникации, понимание значения визуальной коммуникации в современном информационном обществе, формирование у обучающихся визуальной грамотности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Введение в коммуникационные специальности	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Теория и практика видеорекламы	
2.2.2	Производственная практика. Профессионально-творческая практика	
2.2.3	Современные инсталляции и реклама	
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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:	
Уровень 1	Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений в сфере креативных индустрий
Уметь:	
Уровень 1	Определять последовательность коммуникативного воздействия PR-текстов и медиапродуктов в сфере креативных индустрий
Владеть:	
Уровень 1	Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты, медиапродукты

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем.
3.2	Уметь:
3.2.1	ОПК-1.2.2 Выявлять и характеризовать коммуникационные и суггестивны компоненты рекламных текстов, структурировать последовательность коммуникативного воздействия PR-текстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
3.3	Владеть:
3.3.1	ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Курсовой проект по теме «Визуальные коммуникации. Пиктографика»					
1.1	История возникновения и виды визуальных коммуникаций /Пр/	2	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.2	Вводная лекция. Выбор и согласование объекта проектирования /Пр/	2	4	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	

1.3	Требования к пиктограммам. Имиджевая и навигационная функции пиктограмм. Основные принципы разработки пиктограмм: ассоциативный ряд, доступность, эстетика, оригинальность /Пр/	2	4	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.4	Шрифт в пиктограммах. /Пр/	2	4	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.5	Цветовые решения пиктограмм. /Пр/	2	4	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.6	Выполнение аналитической части проекта и оформление реферата. /Ср/	2	26	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.7	Сдача 1 части проекта /Пр/	2	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
Раздел 2. Курсовой проект по теме "Визуальные коммуникации" Разработка оригинал-макета системы навигации						
2.1	Визуализация образа и эскизный поиск графической формы пиктограмм /Пр/	2	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.2	Понятие пиктограммы в системах письменности, в информатике, в дизайне. Пиктограммы и идеограммы. Пиктограмма как элемент визуальной коммуникации /Пр/	2	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.3	Выбор графических средств и приемов в компьютерной графике. /Пр/	2	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.4	Дизайн — проект "Пиктографика". Проектирование. Консультации. /Пр/	2	2	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.5	Выполнение графической части проекта. /Ср/	2	36	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.6	Выполнение контрольных заданий /Контр. раб./	2	10	ОПК-1	Л1.1 Э1	
2.7	Представление и защита курсового проекта «Визуальные коммуникации» /Пр/	2	4	ОПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.8	По всем темам и разделам дисциплины /Зачёт СОц/	2	4	ОПК-1	Л1.1 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущий контроль успеваемости - Практическая работа (подготовка презентации).

Задание 1.

1. На примере любой страны, кроме России, изучить наиболее популярные форматы рекламы.
2. Определить допустимые нормы и особенности в рекламе выбранных форматов.
3. Определить, какие из особенностей могут быть непонятны или неприемлемы для нашей страны.
4. Оформить работу в презентацию из 8-10 слайдов.
5. Подготовить публичное выступление по презентации на 5-7 минут.

Задание 2.

1. Выбрать товар / бренд / услугу и описать его целевую аудиторию.
2. Ответить на вопросы:
 - для кого этот товар, кто его пользователи?
 - кому надо показать эту рекламу: пол, возраст, регион проживания, семейное положение, заработная плата, условия проживания, мест о работы/учебы и т.п.
3. Исходя из описания целевой аудитории, подобрать 10 примеров наиболее подходящей рекламы для данной ЦА. Это может быть реклама разного типа, все зависит от того, какой товар/бренд/услуга были выбраны.
4. Проанализировать выбранные примеры.
5. Оформить работу в презентацию 12-15 слайдов.
6. Подготовить публичное выступление по презентации на 7-10 мин.

Задание 3. Разработка концепции сайта.

На основе задания 2 (оценочное средство 1), к выбранному ранее товару / бренду / услуге, с учетом описанной целевой аудитории, разработать концепцию одностраничного лендинга на платформе Tilda. Разрешается использование готовых дизайн-шаблонов.

Задание 4. Презентация.

1. Представить итоговый проект в виде презентации, в которую должны быть включены скриншоты с сайта, а также ссылки на платформу Tilda.
2. В презентации должен быть последовательно расписан весь процесс работы, в том числе выбор товара / бренда / услуги, определение ЦА, обоснование выбора цветов, шрифта, разбор аналогов, выбор итогового действия для лендинга, определение логики последовательности смысловых элементов.
3. В презентации должны быть указаны ФИО студента и номер группы.

Промежуточная аттестация - Зачет с оценкой

Зачет с оценкой выставляется по итогу сдачи практической работы, содержащей:

1. подачу в виде презентации с описанием процесса работы над лендингом;
2. ссылка на работу на платформе Tilda.

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Подробная информация расположена в соответствующем курсе дисциплины "Визуальные коммуникации" в ЭИОС НГУАДИ

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой

Зачет с оценкой

Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов дисциплины на основании результатов обучения в семестре.

Зачет с оценкой выставляется обучающемуся в конце семестра и представляет собой среднее арифметическое баллов заработанных обучающимся в ходе обучения в семестре. В случае необходимости (неудовлетворительная работа в течение года, желание повысить оценку) обучающийся сдает несколько пересказов текстов по выбору преподавателя или проходит собеседование по изученным темам. Выполненные письменные контрольные работы размещаются обучающимися в ЭИОС НГУАДИ. Сдача пересказов по пройденным разговорным темам происходит устно и оценивается во время проведения практических занятий. Студентам, получившим незачет, поясняем процедуру и сроки проведения пересдачи зачета.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Акатова О. И., Кумова С. В.	Проектирование визуальных коммуникаций: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	МИХАЙЛОВ Сергей Михайлович, Михайлова А.С.	Основы дизайна: учеб. для вузов	Казань: Дизайн-квартал, 2008
Л2.2	Быстрова Т. Ю., Вершинин С. Е.	Философия дизайна: учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015
Л2.3	Быстрова Т., Колясников В. А	Вещь, форма, стиль. Введение в философию дизайна	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2018
Л2.4	Станишевская, Л. С., Левковская, Е. С.	Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие	Благовещенск: Амурский государственный университет, 2017
Л2.5	Сабурова, М. М.	Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика): учебное пособие	Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2017
Л2.6	Бекмурзаев, И. Д., Дадаев, Я. Э.	Маркетинговые исследования: учебное пособие	Грозный: Чеченский государственный университет, 2019
Л2.7	Прохожев, О. А.	Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте: учебно-методическое пособие	Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Визуальные коммуникации» - https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1440		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<p>Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения по дисциплинам модуля. Обучающийся обязан прибыть на зачет вовремя, имея с собой зачетную книжку, без которой проведение зачета не разрешается. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняем процедуру и сроки проведения второго зачета, которую следует проводить после окончания сессии. Тщательный анализ результатов зачетов самим преподавателем, обсуждение результатов на кафедре помогают преподавателю сделать соответствующие выводы для дальнейшей работы - на какие темы курса обратить дополнительное внимание, какие методы и формы обучения усиливать как более эффективные. Итогом освоения дисциплины является дифференцированный зачёт. Итоговый балл представляет собой среднее арифметическое от суммы баллов за каждую работу, сданную в установленный срок с учётом поставленных преподавателем условий и с надлежащим качеством исполнения.</p>	
--	--

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

Визуальные коммуникации

Учебный план: 42.03.01_2023_РиО.plx

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: преподаватель кафедры
Коммуникационного дизайна
Кузнецова Т.В.

Рассмотрен и рекомендован
для использования в учебном процессе
на заседании кафедры Коммуникационного
дизайна
Протокол от 17.09.2024 г. № 2,
Зав.кафедрой КД, кандидат
искусствоведения, доцент Нечаев М.Г.

Новосибирск 2024

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ОПК-1	ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.2 Выявлять и характеризовать коммуникационные и суггестивны компоненты рекламных текстов, структурировать последовательность коммуникативного воздействия PR-текстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.

2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Оценочное средство 1: Практическая работа (подготовка презентации) (ОПК-1).

Задание 1.

1. На примере любой страны, кроме России, изучить наиболее популярные форматы рекламы.
2. Определить допустимые нормы и особенности в рекламе выбранных форматов.
3. Определить, какие из особенностей могут быть непонятны или неприемлемы для нашей страны.
4. Оформить работу в презентацию из 8-10 слайдов.
5. Подготовить публичное выступление по презентации на 5-7 минут.

Задание 2.

1. Выбрать товар / бренд / услугу и описать его целевую аудиторию.
2. Ответить на вопросы:
 - для кого этот товар, кто его пользователи?
 - кому надо показать эту рекламу: пол, возраст, регион проживания, семейное положение, заработная плата, условия проживания, мест о работы/учебы и т.п.

3. Исходя из описания целевой аудитории, подобрать 10 примеров наиболее подходящей рекламы для данной ЦА. Это может быть реклама разного типа, все зависит от того, какой товар/бренд/услуга были выбраны.
4. Проанализировать выбранные примеры.
5. Оформить работу в презентацию 12-15 слайдов.
6. Подготовить публичное выступление по презентации на 7-10 мин.

Критерии оценивания презентации:

Критерии	Балл	Описание
Качество содержания работы	25	Логичность структуры и аргументированность выводов.
Качество презентации (визуальное оформление)	25	Наглядность, читаемость текста, качество визуальных материалов (схемы, графики). Единство стиля, отсутствие орфографических ошибок.
Качество устного выступления	25	Культура речи, логика изложения,
Качество ответов на вопросы аудитории.	25	Полнота и корректность ответов на вопросы аудитории.
ИТОГО	100	

Задание 3. Устный опрос на закрепление пройденного материала.

Список вопросов для устного опроса

1. Что такое визуальные коммуникации?
2. Что означает термин «визуальный шум»?
3. Что является основной целью визуальной коммуникации в рекламе?
4. Какой цвет чаще всего ассоциируется с доверием и стабильностью?
5. Для чего используется правило «золотого сечения»?
6. Что такое инфографика?
7. Что означает термин «визуальная иерархия»?
8. Почему важно учитывать целевую аудиторию при создании визуального контента в рекламе?
9. Верно ли в контексте рекламы утверждение, что визуальные метафоры усиливают эмоциональное восприятие сообщения?
10. Какую функцию выполняют визуальные элементы упаковки товара?
11. Верно ли, что эффективная визуальная реклама должна быть понятна без дополнительного текста?
12. Зависит ли эффективность рекламы от количества визуальных элементов?
13. Какие факторы следует учитывать при выборе визуального стиля в рекламе?
14. Могут ли цвета в рекламе оказывать влияние на эмоции и поведение потребителей?

Критерии оценивания устного опроса:

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания ответа заданной теме, отсутствие фактических ошибок.

Полнота ответа	20	Представление максимальных знаний по дисциплине.
Обоснованность ответа	20	Наличие аргументации. Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Структурность и соблюдение логики	15	Умение выстроить целостный ответ; правильная последовательность изложения аргументов.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, отвечать на дополнительные вопросы, вести дискуссию.
Грамотность изложения	10	Соблюдение норм литературного языка, использование специальной терминологии.
ИТОГО	100	

Оценочное средство 2: Практическая работа (ОПК-1).

Задание 1. Разработка концепции сайта.

На основе задания 2 (оценочное средство 1), к выбранному ранее товару / бренду / услуге, с учетом описанной целевой аудитории, разработать концепцию одностраничного лендинга на платформе Tilda. Разрешается использование готовых дизайн-шаблонов.

Критерии оценивания практической работы:

Критерии	Балл	Описание
Качество содержания работы	15	Логичность структуры лендинга, последовательность смысловых элементов.
Качество визуального оформления	15	Наглядность, читаемость текста, качество визуальных материалов (фото, иллюстрации). Единство стиля, отсутствие орфографических ошибок.
Использование визуальных приемов	20	Использование разнообразных визуальных приемов, изученных в ходе семестра и их грамотное применение в контексте.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Структурность и соблюдение логики	20	Умение выстроить целостную картинку; последовательность элементов страницы должна вести к выбранному действию (подписаться на рассылку, оставить контакты, записаться на прием, записаться на событие, купить курс и т.п.) без возможности иной интерпретации и выбора других вариантов.
Оформление и грамотность	15	Соответствие визуальной составляющей (фото, видео, изображения) теме проекта. Грамотность текстовой части, соблюдение норм приличия в лексике, отсутствие орфографических ошибок.
ИТОГО	100	

Задание 2. Презентация.

1. Представить итоговый проект в виде презентации, в которую должны быть включены скриншоты с сайта, а также ссылки на платформу Tilda.
2. В презентации должен быть последовательно расписан весь процесс работы, в том числе выбор товара / бренда / услуги, определение ЦА, обоснование выбора цветов, шрифта, разбор аналогов, выбор итогового действия для лэндинга, определение логики последовательности смысловых элементов.
3. В презентации должны быть указаны ФИО студента и номер группы.

Критерии оценивания презентаций:

Критерии	Балл	Описание
Качество содержания работы	25	Логичность структуры и аргументированность выводов.
Качество презентации (визуальное оформление)	25	Наглядность, читаемость текста, качество визуальных материалов (схемы, графики). Единство стиля, отсутствие орфографических ошибок.
Качество устного выступления	25	Культура речи, логика изложения,
Качество ответов на вопросы аудитории.	25	Полнота и корректность ответов на вопросы аудитории.
ИТОГО	100	

3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет с оценкой выставляется по итогу сдачи практической работы, содержащей:

1. подачу в виде презентации с описанием процесса работы над лэндингом;
2. ссылка на работу на платформе Tilda.

Критерии оценивания практической работы:

1. соответствие выступления изученному материалу (максимальное количество баллов – 25);
2. последовательность выступления (максимальное количество баллов – 25);
3. полнота выступления (раскрытие объема используемых понятий) (максимальное количество баллов – 25);
4. обоснованность решений (наличие аргументов) (максимальное количество баллов – 25).

Критерии выставления оценки:

<p>Не сформирована 0-30 баллов (неудовлетворительно)</p>	<p>Пороговый уровень 31-50 баллов (удовлетворительно)</p>	<p>Базовый уровень 51-80 баллов (хорошо)</p>	<p>Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)</p>
<p>Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.</p>	<p>Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач</p>	<p>Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</p>	<p>Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении</p>