

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)

Перечислите принципы построения технического рисунка.
Перечислите методы построения технического рисунка.
Каковы основы технического рисования по правилам аксонометрических проекций?
Каковы основы технического рисования по правилам перспективных проекций?
Что такое технический рисунок?
С чего начинается работа над рисунком?
Как нужно верно держать карандаш?
Каким образом рисуется горизонтальная прямая?
Что необходимо для деления отрезка на четыре равные части?
Как разделить угол на нечетное число равных частей?
Как построить угол 7 и 41 градуса?
Как построить угол в 30 градусов?
Каким образом рисуется наклонная прямая?
Как разделить отрезок на две равные части?
Что называют аксонометрией?
Перечислите и охарактеризуйте виды аксонометрии.
Приведите определение аксонометрической проекции.
Перечислите особенности технического рисунка в аксонометрии.
Каким образом наносят линии штриховки сечений в аксонометрических проекциях?
По какому типу выполняются технические рисунки?
Чем изометрия отличается от диметрии?
Как построить рисунок прямоугольного треугольника?
Как построить треугольник в прямоугольной диметрической проекции?
Расскажите, как построить квадрат в прямоугольной изометрии при условии, что его стороны параллельны осям x и y .
Какой вид имеет рисунок квадрата ABCD в прямоугольной диметрии?
Каким образом выполняется рисунок прямоугольника в прямоугольной изометрии?
Что нужно, чтобы нарисовать правильный шестиугольник?
С построения чего начинается рисунок окружности?
Как правильно нарисовать куб?
Как выполнить рисунок параллелепипеда в прямоугольной изометрической проекции, у которого основание имеет форму прямоугольника и расположено параллельно горизонтальной плоскости проекций?
С чего начинается построение призмы?
С чего начинается построение в прямоугольной диметрии правильной шестигранной призмы, расположенной горизонтально?
Как построить правильную пирамиду?
С чего начинается построения кругового цилиндра с вертикально расположенной осью, в изометрической проекции?
Перечислите виды торовых поверхностей и опишите как их построить.
Приведите алгоритм построения технического рисунка.
Что называют наброском?
Какой способ применяют для правильного размещения изображения на формате и облегчения работы?
Каким образом выполняется набросок?
Из чего состоит каждая техническая деталь?
Как построить деталь, состоящую из параллелепипеда, шестиугольной призмы и цилиндра?

Как построить делать, состоящую из группы геометрических тел, поставленных одна на другую?
Что называют светотенью?
Для чего используют светотень?
Из каких элементов состоит светотень?
Каким образом заштриховывают поверхности многогранников?
Как правильно распределить светотень на цилиндре?
Что такое шраффировка?
Какой цвет называется локальным?
Какой последовательности следует придерживаться для выполнения технического рисунка детали с натуры?
Из каких частей состоит делать "корпус"?
Почему технический рисунок имеет особенное значение в работе над эскизом во время конструирования?
Какие еще способы оттенения часто применяют художники-профессионалы?
Какие существуют советы при рисовании деталей по чертежу?
На каких принципах основано рисование сборочной единицы с натуры?
Приведите пример рисования сборочной единицы с натуры.

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Экзамен)

БИЛЕТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Педагогическая деятельность по проектированию образовательного процесса в образовательных организациях основного общего образования в части реализации общепедагогической функции, обучения (ОТФ «Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.2 Проектирует образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству

ПК-11 Выбирает методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции

Ситуационное задание № 1

Выполните технический рисунок тел вращения, используя комбинаторику, по правилам аксонометрии (диметрия) с нанесением светотени способом шраффировки. При проектировании объектов используйте принципы линейно-конструктивного построения. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения.

Рассмотрите и выполните задание. Спроектируйте образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству, в котором подобное задание можно использовать на уроках изобразительного искусства. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации. Какие инструменты композиции вы использовали при выполнении практической задачи? Какова роль технического рисунка в практической деятельности детей на уроках изобразительного искусства? Назовите виды рисования, которые используются на уроках изобразительного искусства? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его научными положениями дисциплины.

Ситуационное задание № 2

Выполните технический рисунок бытового предмета сложной конструкции, состоящего из нескольких элементов в аксонометрии, орнаментировав его отдельные фрагменты. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения. Графическое изложение идеи проекта в техническом рисунке воплотите через выбор графических средств при проектировании с учетом конечного (полиграфического) результата.

Выберите изобразительные средства и способы проектной графики, а также методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции для решения подобной задачи на уроках с детьми. Ответьте на вопросы: при выполнении задания важно ли учитывать освещение предметов? Что подразумевается под умением видеть, зрительно воспринимать, наблюдать в процессе выполнения рисунка? Раскройте понятия «тональный масштаб», «воздушная перспектива».

Письменный опрос

Вопрос 1	Каким образом наносят линии штриховки сечений в аксонометрических проекциях?
Вопрос 2	Перечислите и охарактеризуйте виды аксонометрии.
Вопрос 3	Что называют наброском?
Вопрос 4	Приведите определение аксонометрической проекции.
Вопрос 5	С построения чего начинается рисунок окружности?

БИЛЕТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Педагогическая деятельность по проектированию образовательного процесса в образовательных организациях основного общего образования в части реализации общепедагогической функции, обучения (ОТФ «Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.2 Проектирует образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству

ПК-11 Выбирает методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции

Ситуационное задание № 1

Выполните технический рисунок тел вращения и многоугольников, используя комбинаторику по правилам аксонометрии (изометрия) с нанесением светотени способом штриховки. При проектировании объектов используйте принципы линейно-конструктивного построения. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения.

Рассмотрите и выполните задание. Спроектируйте образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству, в котором подобное задание можно использовать на уроках изобразительного искусства. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации. Какие инструменты композиции вы использовали при выполнении практической задачи? Какова роль технического рисунка в практической деятельности человека? Назовите способы трансформации средового пространства в дизайне? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его научными положениями дисциплины.

Ситуационное задание № 2

Выполнить технический рисунок фрагмента интерьера определенного назначения, используя одну или две точки схода (по выбору) с передачей фактуры, текстуры материалов предметов интерьера. Способы передачи светотеней (тон, цвет) на техническом рисунке определите самостоятельно. Графическое изложение идеи проекта в техническом рисунке воплотите через выбор графических средств при проектировании с учетом конечного (полиграфического) результата.

Выберите изобразительные средства и способы проектной графики, а также методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции для решения подобной задачи на уроках с детьми. Ответьте на вопросы: при выполнении задания важно ли учитывать освещение предметов? Что подразумевается под умением видеть, зрительно воспринимать, наблюдать в процессе выполнения рисунка? Раскройте понятия «тональный масштаб», «воздушная перспектива».

Письменный опрос

Вопрос 1	Из чего состоит каждая техническая деталь?
Вопрос 2	Перечислите особенности технического рисунка в аксонометрии.
Вопрос 3	Чем изометрия отличается от диметрии?
Вопрос 4	Как построить треугольник в прямоугольной диметрической проекции?
Вопрос 5	По какому типу выполняются технические рисунки?

БИЛЕТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Педагогическая деятельность по проектированию образовательного процесса в образовательных организациях основного общего образования в части реализации общепедагогической функции, обучения (ОТФ «Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.2 Проектирует образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству

ПК-11 Выбирает методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции

Ситуационное задание № 1

Выполните технический рисунок тел вращения, используя комбинаторику, по правилам аксонометрии (диметрия) с нанесением светотени способом шраффировки. При проектировании объектов используйте принципы линейно-конструктивного построения. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения.

Рассмотрите и выполните задание. Спроектируйте образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству, в котором подобное задание можно использовать на уроках изобразительного искусства. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации. Какие инструменты композиции вы использовали при выполнении практической задачи? Какова роль технического рисунка в практической деятельности детей на уроках изобразительного искусства? Назовите виды рисования, которые используются на уроках изобразительного искусства? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его научными положениями дисциплины.

Ситуационное задание № 2

Выполните технический рисунок бытового предмета сложной конструкции, состоящего из нескольких элементов в аксонометрии, орнаментировав его отдельные фрагменты. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения. Графическое изложение идеи проекта в техническом рисунке воплотите через выбор графических средств при проектировании с учетом конечного (полиграфического) результата.

Выберите изобразительные средства и способы проектной графики, а также методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции для решения подобной задачи на уроках с детьми. Ответьте на вопросы: при выполнении задания важно ли учитывать освещение предметов? Что подразумевается под умением видеть, зрительно воспринимать, наблюдать в процессе выполнения рисунка? Раскройте понятия «тональный масштаб», «воздушная перспектива».

Письменный опрос

Вопрос 1	С чего начинается построение в прямоугольной диметрии правильной шестигранной призмы, расположенной горизонтально?
Вопрос 2	Каковы основы технического рисования по правилам перспективных проекций?
Вопрос 3	Что такое шраффировка?
Вопрос 4	Какой цвет называется локальным?
Вопрос 5	Как построить рисунок прямоугольного треугольника?

БИЛЕТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Педагогическая деятельность по проектированию образовательного процесса в образовательных организациях основного общего образования в части реализации общепедагогической функции, обучения (ОТФ «Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.2 Проектирует образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству

ПК-11 Выбирает методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции

Ситуационное задание № 1

Выполните технический рисунок тел вращения и многоугольников, используя комбинаторику по правилам аксонометрии (изометрия) с нанесением светотени способом штриховки. При проектировании объектов используйте принципы линейно-конструктивного построения. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения.

Рассмотрите и выполните задание. Спроектируйте образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству, в котором подобное задание можно использовать на уроках изобразительного искусства. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации. Какие инструменты композиции вы использовали при выполнении практической задачи? Какова роль технического рисунка в практической деятельности человека? Назовите способы трансформации средового пространства в дизайне? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его научными положениями дисциплины.

Ситуационное задание № 2

Выполнить технический рисунок фрагмента интерьера определенного назначения, используя одну или две точки схода (по выбору) с передачей фактуры, текстуры материалов предметов интерьера. Способы передачи светотеней (тон, цвет) на техническом рисунке определите самостоятельно. Графическое изложение идеи проекта в техническом рисунке воплотите через выбор графических средств при проектировании с учетом конечного (полиграфического) результата.

Выберите изобразительные средства и способы проектной графики, а также методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции для решения подобной задачи на уроках с детьми. Ответьте на вопросы: при выполнении задания важно ли учитывать освещение предметов? Что подразумевается под умением видеть, зрительно воспринимать, наблюдать в процессе выполнения рисунка? Раскройте понятия «тональный масштаб», «воздушная перспектива».

Письменный опрос

Вопрос 1	Почему технический рисунок имеет особенное значение в работе над эскизом во время конструирования?
Вопрос 2	Для чего используют светотень?
Вопрос 3	Какой вид имеет рисунок квадрата ABCD в прямоугольной диметрии?
Вопрос 4	Как построить угол в 30 градусов?
Вопрос 5	Перечислите методы построения технического рисунка.

БИЛЕТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-1 Педагогическая деятельность по проектированию образовательного процесса в образовательных организациях основного общего образования в части реализации общепедагогической функции, обучения (ОТФ «Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-1.2 Проектирует образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству

ПК-11 Выбирает методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции

Ситуационное задание № 1

Выполните технический рисунок тел вращения, используя комбинаторику, по правилам аксонометрии (диметрия) с нанесением светотени способом шраффировки. При проектировании объектов используйте принципы линейно-конструктивного построения. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения.

Рассмотрите и выполните задание. Спроектируйте образовательный процесс в образовательных организациях основного общего образования в части обучения изобразительному искусству, в котором подобное задание можно использовать на уроках изобразительного искусства. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации. Какие инструменты композиции вы использовали при выполнении практической задачи? Какова роль технического рисунка в практической деятельности детей на уроках изобразительного искусства? Назовите виды рисования, которые используются на уроках изобразительного искусства? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его научными положениями дисциплины.

Ситуационное задание № 2

Выполните технический рисунок бытового предмета сложной конструкции, состоящего из нескольких элементов в аксонометрии, орнаментировав его отдельные фрагменты. Решение практического задания начните с анализа условия, позволяющего получить конечный результат, а затем находить необходимые компоненты для его получения. Графическое изложение идеи проекта в техническом рисунке воплотите через выбор графических средств при проектировании с учетом конечного (полиграфического) результата.

Выберите изобразительные средства и способы проектной графики, а также методики преподавания, виды и приемы современных педагогических технологий при реализации педагогической функции для решения подобной задачи на уроках с детьми. Ответьте на вопросы: при выполнении задания важно ли учитывать освещение предметов? Что подразумевается под умением видеть, зрительно воспринимать, наблюдать в процессе выполнения рисунка? Раскройте понятия «тональный масштаб», «воздушная перспектива».

Письменный опрос

Вопрос 1	Какой способ применяют для правильного размещения изображения на формате и облегчения работы?
Вопрос 2	Как правильно распределить светотень на цилиндре?
Вопрос 3	Приведите пример рисования сборочной единицы с натуры.
Вопрос 4	На каких принципах основано рисование сборочной единицы с натуры?
Вопрос 5	Что необходимо для деления отрезка на четыре равные части?

8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Левицкий, В. С. Машиностроительное черчение : учебник для прикладного бакалавриата / В. С. Левицкий. – 9-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Колошкина, И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для вузов / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для вузов / А. Г. Скакова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Смирнов, В. А. Строительная механика : учебник для вузов / В. А. Смирнов, А. С. Городецкий ; под редакцией В. А. Смирнова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чекмарев, А. А. Начертательная геометрия и черчение : учебник для вузов / А. А. Чекмарев. – 7-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. – Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://librucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)
Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)
Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)
Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)
Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)
Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)
Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)
Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)
Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)
Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)
AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)
Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)
PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)
OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)
Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)
Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)
OAPEN (<https://www.oapen.org/>)
Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)
Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)
Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)
ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)
Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)
Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)
Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)
Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)
Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)
Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)
Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rosпотреbnadzor.ru/documents/documents.php>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)
Правительство России (<http://government.ru/>)
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)
Банк России (<https://www.cbr.ru/>)
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)
РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)
Forbes (<https://www.forbes.ru/>)
ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)
Известия (<https://iz.ru/>)
РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <http://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС
«15» февраля 2021г.
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета
БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета
Университета БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета БРИКС
Клевцов Виталий Владимирович
«15» февраля 2021 г.
(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Основы маркетинга

Направление подготовки

54.03.01 Дизайн

Образовательная программа
ДИЗАЙН

Направленность (профиль) программы
Дизайн

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **очно-заочная**

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"
Проректор по учебной работе
Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук
«15» февраля 2021г.
(Лист согласования № 54.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
"УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КОЛЛЕДЖ БРИКС"
Заместитель директора по учебно-воспитательной работе
Костюк Анастасия Владимировна
«15» февраля 2021г.
(Лист согласования № 54.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):
кандидат филологических наук Захарченко Тимур Евгеньевич, доцент

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Основы маркетинга, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	РПК-2 формирование компетенции ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории
ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	РПК-2 формирование компетенции ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом
Промежуточная аттестация обучающихся: Зачет	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Зачет

Зачет – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих

	индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).
--	--

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) зачета

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» (то есть «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Рыночная среда.
Маркетинг как рыночная концепция управления.
Принципы управления маркетингом, виды и функции.
Специфика международного маркетинга в России.
Стратегия хозяйственного портфеля.
Функциональные стратегии.
Операционные стратегии.
Сегментация рынка.
Рыночное позиционирование.
Классификация товара в маркетинге.
Жизненный цикл и конкурентоспособность товара.
Товародвижение и торговые посредники в системе маркетинга.
Коммерческие формы и методы реализации товаров.
Современный подход к рыночным исследованиям.
Типология и анализ потребителей на российском рынке.
Понятия структуры управления маркетингом.
Организация маркетинговых служб.
Коммуникационная модель маркетинга.
Стратегии управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями.
Средства информации в маркетинговых коммуникациях.
Определение рекламы.
Функции и цели рекламной деятельности.
Виды и средства распространения рекламы.
Планирование и организация рекламной деятельности для осуществления сбыта товаров.
Контроль и эффективность рекламной кампании.
Концепция паблик рилейшнз.
Планирование организации связей с общественностью.
Формы деловых коммуникаций паблик рилейшнз.
Имидж организации.
Формы стимулирования продаж.
Упаковка как перспективный элемент коммуникационной политики организации.
Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций.
Организация электронной продажи.
Комплексная модель оценки эффективности интегрированных коммуникаций.

Оценочные способы определения экономической эффективности рекламы.
Расчет экономической эффективности стимулирования продажи товаров.
Определение коммуникативной эффективности рекламы и публичнейшнз.
Содержание маркетинга в системе торговли.
Развитие маркетинга партнерских связей.
Инфраструктурное обеспечение маркетинга.
Особенности ценообразования в маркетинге.
Маркетинговая система сферы услуг.
Методология управления сферой услуг.
Концепция коммерческих услуг.
Классификационные признаки розничной торговли.
Этапы маркетинга в системе розничной торговли.
Способы и формы осуществления торговой деятельности (торговли). Виды торговых объектов.
Сетевая розничная торговля.
Практика организации сетевого ритейлинга в России.
Характеристика предприятий розничной торговли.
Роль и значение контроля в маркетинге.
Система контроллинга.
Специфика учета в системе контроллинга.
Содержание маркетинга в системе коммерции.
Организационные структуры управления коммерцией.
Услуги как основа сервисной экономики.
Маркетинг услуг сферы аутсорсинга.
Маркетинг промышленного производства.
Материально-техническое обеспечение промышленного производства.
Маркетинг сбыта готовой продукции.
Технология перспективного развития.
Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.
Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- Что является рыночной средой маркетинга?
- Какие факторы воздействуют на результаты маркетинга?
- Что представляет собой микро среда маркетинга?
- Что лежит в основе маркетинговой системы регулирования спроса?
- Чем обусловлен каждый этап эволюционного развития маркетинга?
- Какова современная концепция маркетинга?
- Какие ключевые блоки составляют концептуальную модель управления маркетингом?
- Что представляет собой генеральная стратегия управления маркетингом?
- Как называется процесс установления количественной и качественной оценки фактических результатов маркетинговых усилий в сравнении с запланированными?
- В чем заключается сущность концепции интегрированного маркетинга?
- Как вы понимаете специфику между народного маркетинга?
- Что является чрезвычайно важным при разработке маркетинговых стратегий?
- Что представляют собой портфельные стратегии?
- В основе разработки портфельных стратегий используется целевой подход. Какие блоки он включает в себя?
- В результате чего происходит правильное перераспределение корпоративных ресурсов и генерация перспективных стратегий?
- Каким образом определяется показатель «Стратегическое положение»?
- Что такое целевой рынок?
- С чем неразрывно связан процесс регулярного обновления товарного ассортимента?
- Что является индикатором рыночной конъюнктуры?
- В чем особенность ценообразования в стратегии «снятия сливок»?
- Что является существенным вкладом в формирование сервисного потенциала?
- Каковы главные доводы в пользу проведения сегментации?
- Какие условия являются достаточными для успешной реализации принципов сегментации?
- По каким критериям осуществляется сегментирование рынка?
- Каковы измерения целевого рынка фирмы?
- Какие характеристики учитываются при изучении покупателей?
- Каковы задачи позиционирования?
- Что позволяет обосновать выгодные сегменты в результате отбора перспективных клиентов и создать устойчивый имидж в обществе?
- Каковы основные слагаемые лояльности?
- Что подразумевается под имиджем компании?

Каким образом компании разработать собственную методику позиционирования?

Каким набором атрибутов определяется практическая полезность товара для потребителя?

Что такое совокупный продукт?

Позволяет ли хорошо продуманная товарная политика оптимизировать процесс обновления ассортимента?

На кого должен ориентироваться механизм стимулирования?

Что относится к свойствам ассортимента?

В расчете на что предприятие строит свою рыночную деятельность, учитывая особенности и преимущества той или иной стадии жизненного цикла товара?

Назовите стадии жизненного цикла товара. На каком из этапов предприятие строит свою рыночную деятельность в расчете на возможно более полное использование особенностей и преимуществ той или иной стадии?

Каковы три основных подхода к разработке нового товара?

Какие вы знаете параметры конкурентоспособности продукции?

Какие функции выполняют каналы товародвижения?

Что представляет собой первичная и вторичная информация в системе маркетинговых исследований?

Какие данные включает в себя полевое исследование?

В чем состоят отличия таких маркетинговых исследований, как опрос, эксперимент, наблюдение?

С какой целью проводится исследование рынка?

В каких случаях исследуются структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски?

Что включено в анализ окончательного выбора рынка?

От каких составляющих зависит емкость рынка и зависит ли она от экономической конъюнктуры?

Каковы приоритетные направления исследований при выборе рынка, наряду с оценкой конъюнктуры и емкости?

Что включает в себя пакет маркетинговых исследований аутсорсинга строительных услуг?

Что понимается под социальной ролью потребителя?

Каким образом используются теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу в маркетинге при анализе поведения потребителей?

С чего начинается применение маркетинга на предприятии?

Какой статус должна иметь служба маркетинга?

Какие факторы определяют структуру служб маркетинга?

Для каких предприятий целесообразна организация маркетинга по рынкам?

Какие подразделения необходимы в составе службы маркетинга?

Существуют ли единые принципы организации службы маркетинга?

На каких принципах основана жесткая система управления маркетингом?

Под влиянием каких факторов появились вертикальные маркетинговые системы?

Как называется процесс передачи информации от коммуникатора к коммуниканту?

Что представляет собой комплексная система сейлзпромоушн?

Каковы основные критерии в системе коммуникационных принципов?

Какие существуют конкретные преимущества реализации интегрированных коммуникаций маркетинга?

Необходимо ли учитывать при формировании стратегии интеграционных коммуникаций маркетинга мега факторы глобализации экономики?

Где разрабатываются централизованные глобальные коммуникации?

Что представляет собой программа маркетинговых коммуникаций?

Что относится к задачам информационной системы?

В каком году создан Международный комитет по разработке гармонизированной системы описания и кодирования товаров в целях унификации товаров в международной торговле?

Когда Государственной Думой РФ принят Закон «О рекламе»?

Какими функциями определяется сущность рекламной деятельности?

Какие вам известны признаки классификации видов рекламы?

Какая реклама признается недобросовестной?

Каковы основные функции рекламодателя?

Какова схема взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства?

Необходимо ли при разработке рекламной стратегии определять составляющие творческого комплекса?

При сотрудничестве предприятия с рекламными агентствами следует ли учитывать перечень основных рекламных услуг, которые оно должно предоставлять заказчикам?

Увеличивается ли активная аудитория Рунета и почему?

Какие каналы распространения рекламы вам известны?

Когда была создана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)?

Какие основные направления включают в себя связи с общественностью?

Каковы основные сферы приложения знаний и умений специалиста в области ПР?

Перечислите семь основных слагаемых успешной концепции по связям с общественностью, предложенные американскими учеными Катлип и Сэнтер?

Должна ли деятельность ПР концентрировать свои усилия для успешного рыночного функционирования фирмы на решении как внутренних, так и внешних задач?

По какому признаку формируются структуры ПР-агентств?

Какова ключевая функция работы службы по ПР в коммерческой структуре?
Какие основные этапы выделяются при формировании ПР программы?
Какие формы делового общения используют компании с целью создания и поддержания позитивного общественного мнения?
Что такое пресс-релиз и каковы его задачи?
Какие вам известны виды стимулирования продаж?
Почему за последние десятилетия XX в. упаковка стала наиболее важным, приоритетным продуктом в экономике индустриально развитых стран мира?
Какие факторы способствовали развитию упаковочной отрасли в России в последние годы?
Каковы важнейшие признаки, на которые ориентируется потребитель при выборе продуктов в повседневной жизни?
Какова основная цель ярмарочных торгов?
Подлежит ли организация деятельности выставок государственному регулированию?
Что включает в себя процесс выбора конкретной выставки?
Какие стратегические вопросы следует решить для создания выставочного сайта?
Какой комплекс коммуникационных каналов выставки(ярмарки) интегрируют в себе?
Какие выгоды для потребителей несет электронный бизнес?
Какие вы знаете направления комплексного механизма оценки эффективности интегрированных коммуникаций?
Совокупность каких факторов рыночной среды раскрывается с помощью методов маркетингового исследования?
Какие действия связаны с формированием спроса, стимулированием сбыта и продвижением продукта?
Каким образом вычисляется экономическая эффективность продвижения товаров в магазине, где проводились рекламные и стимулирующие сбыт мероприятия?
При каком методе исследования используются: прямая оценка с использованием вербальной шкалы; портфельный тест; лабораторный тест; диагностика?
Каковы восемь основных категорий метода проверки коммуникационной эффективности рекламы?
На какие две группы делятся тесты на запоминание?
Какие критерии оценки обращения учитываются для составления рейтинга паблицити?
Что представляет собой метод Гэллапа—Робинсона?
Одинаковые ли методы используются при оценке эффективности рекламы и паблик рилейшнз?
Что представляет собой новая концепция «маркетинг новых идей»?
Какие принципы маркетинга являются наиболее важными в сфере торговли?
По каким блокам группируются функции маркетинга?
Что характеризует реальную возможность создания потребительской ценности, обеспечивая тем самым рыночную устойчивость предприятия?
Что представляет собой концепция маркетинга в сфере торговли как динамичная система взаимосвязанных элементов?
С учетом каких принципов должна осуществляться организация партнерских (коммерческих) связей?
Каким образом идет деление коммерческих связей по признаку рыночной структуры?
Что является важнейшей составной частью инфраструктуры любой национальной экономики?
Какие вам известны элементы системы рыночной инфраструктуры по уровням управления?
Оцените общую стратегию рыночного ценообразования. Какую стратегию реализует компания, в которой вы трудитесь?
В международной классификации отраслей принято выделять три сектора, какие?
На какие два крупных сегмента можно разделить сферу услуг?
Каковы особенности трансформации развития сферы услуг в России?
На что направлены результаты функционирования сферы услуг?
Какова конечная цель участников сферы услуг?
Какие услуги приобретают в России особую актуальность с формированием современных рыночных отношений и развитием новых форм торговли?
Что является основными предпосылками формирования и развития современной системы логистики?
Какие три основные уровня системы управления сферой услуг вам известны?
На основе каких параметров разработан механизм управления региональным рынком услуг?
Что является необходимым условием при построении целевой модели взаимосвязанности субъектов (органы управления федерального, регионального и муниципального уровня) и объектов управления (предприятия регионального рынка)?
Кто является участниками торговой деятельности?
На какие предприятия подразделяются торговые объекты в зависимости от совокупного размера общих площадей?
Какой пакет документов необходим для получения свидетельства об организации торговой деятельности юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем?
Какие признаки характерны для сети магазинов сферы розничной торговли?
Что представляет собой франчайзинг?
Почему среди сетевых компаний в сфере модной одежды распространен метод планомерного открытия собственных магазинов силами самой торговой марки?
Будет ли развиваться сетевая розничная торговля в Москве и России?

Какие вы знаете классификационные признаки розничных торговых предприятий?

Какие отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям вы можете назвать?

Что представляет собой классификация торговых предприятий по комплексу стратегий (strategy mix)?

Центральное место в системе контроллинга отводится контролю маркетинга. Согласны ли вы с этим утверждением?

Какие объекты контроля маркетинговой деятельности вам известны?

Какие уровни контроля выделяет практика управления маркетинговой деятельностью?

Какие основные показатели аналитического блока в контроллинге вы знаете?

Что является основной формой контроля в виде внутреннего или внешнего аудита?

Каковы критерии периодичности ревизии?

Оценку каких блоков включает в себя примерный стандарт маркетингового аудита?

Какие основные составляющие компоненты системы контроллинга вам известны?

Могут ли быть базовым источником информации для формирования управленческой отчетности первичные записи бухгалтерского учета?

Каковы критерии качества информации, содержащейся в финансовых отчетах, которые призваны делать информацию полезной для пользователей?

Известны ли вам определения понятий «коммерция» и «коммерческая деятельность»?

Среди множества задач коммерции какие вы бы выделили прежде всего?

Какие вы знаете организационные формы управления, их структуры?

Какие факторы построения оптово-посреднических организаций необходимо учитывать при оценке эффективности функционирования организационных структур?

Каким документом определяются организационно-правовые формы предприятий?

Какими федеральными законами необходимо руководствоваться при ведении коммерческой деятельности?

Что представляет собой процесс диверсификации коммерческой деятельности?

Растет или падает производство услуг в валовом внутреннем продукте в России?

О чем гласит стандарт ISO8402—86?

Существуют ли на российском рынке услуг четкие стандарты обслуживания клиентов, позволяющие приблизить отечественную торговлю к международным стандартам?

Какими принципами маркетинга вынужден руководствоваться предприниматель при осуществлении коммерции?

С помощью каких инструментов органы законодательной и исполнительной власти формируют промышленную политику?

Какие возможно выделить тенденции развития промышленности России с учетом макроэкономического уровня?

Что представляет собой маркетинг коммерческой деятельности промышленного производства?

Какие направления коммерческой деятельности промышленного предприятия вам известны?

Какова цель маркетинговых исследований промышленного предприятия?

Социально-деловая активность предполагает использование двух правил, формирующих имидж компании. Какие это правила?

Что входит в микро среду промышленной компании?

В каких подразделениях сосредоточена коммерческая деятельность в рамках производственного предприятия?

Как осуществляется взаимодействие службы снабжения и поставщика?

Что включает в себя технология внутри фирменного планирования?

Какие элементы учитываются при разработке стратегического плана?

Что представляет собой метод «5С»?

Какова последовательность составления основных разделов бизнес-плана?

Что содержит понятие «допустимый риск»?

Какие вероятностные риски необходимо страховать?

Что представляет собой классификация видов спроса на коммерческие услуги?

Схема проведения бизнес-операции включает в себя какие основные этапы?

Что является главным на завершающем этапе бизнес-операции?

Какие издержки обращения различают в практике посреднической деятельности оптовых, комиссионных и других коммерческих организаций?

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

Независимое агентство Design Bridge разработало упаковку для бренда Fortnum & Mason и его специальной ограниченной серии «Queen Bee», мед для которой был собран специально в честь 90-летнего юбилея королевы Елизаветы II. Для упаковки была создана печать из смолы, имитирующая подлинный пчелиный воск. Логотипом для печати послужило изображение королевской короны и пчелы.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Какую стратегию осуществляло агентство Design Bridge, создавая такую упаковку? Как позиционировали производители меда логотипом со смолой? На какой сегмент рынка ориентировалось агентство Design Bridge? Разработайте свою интересную упаковку для сладкого лакомства. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Lancôme – один из самых именитых beauty-брендов планеты. Парфюмерия и косметические средства марки продаются практически в каждой стране мира, а армия почитателей лейбла насчитывает десятки миллионов человек. Образован Lancôme в 1935 году, но и сейчас остается одним из самых современных и инновационных представителей Мира Красоты. Основоположник бренда – Арман Птижан – родился в 80-х годах XIX века. В молодые годы Арман оказался в Южной Америке, где вместе со старшими братьями занимался торговлей. Это был широчайший ассортимент экспортируемых из Европы товаров: от силовых установок для паровозов до мелких бытовых вещей, включая вина, ткани и парфюмерию. Птижан не хотел, чтобы имя его бренда обозначало что-то определенное. Он искал слово, которое бы звучало одинаково практически на всех языках мира, а произнести его мог бы любой. Однажды он оказался возле развалин небольшого французского замка с длинным названием Le Château De Lancôme. Последнее слово и заинтересовало Армана. Выбросив из него «S», Птижан получил всемирно известный Lancôme. Кстати, руины были окружены зарослями розы – так этот цветок попал на логотип бренда. Сегодня Lancôme – это косметика и парфюмерия класса люкс, представленная на рынках более чем 130 стран. Lancôme выполнил самую сложную из задач, компании удается сочетать исследование и страсть, науку и изящество, и все это ради того, чтобы подчеркнуть красоту женщин всех возрастов во всем мире. Как и эмблема бренда неизменная роза, Lancôme воспевают тысячи различных образов женственности. Для Lancôme один взгляд может изменить судьбу, красота может и должна взволновать чувства, околдовывать и вдохновлять. Эти понятия остаются такими же неизменными для компании, как и эмблема бренда – элегантная роза.

Сформулируйте креативную идею создания бренда Lancôme. Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Как эмблема Lancôme влияет на узнаваемость, продвижение и дизайн бренда? Постройте атрибутивную карту восприятия. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	С чем неразрывно связан процесс регулярного обновления товарного ассортимента?
----------	--

Вопрос 2	Что такое пресс-релиз и каковы его задачи?
Вопрос 3	Подлежит ли организация деятельности выставок государственному регулированию?
Вопрос 4	Что представляет собой генеральная стратегия управления маркетингом?
Вопрос 5	В каких случаях исследуются структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски?

ВАРИАНТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

Независимое агентство Design Bridge разработало упаковку для бренда Fortnum&Mason и его специальной ограниченной серии «Queen Bee», мед для которой был собран специально в честь 90-летнего юбилея королевы Елизаветы II. Для упаковки была создана печать из смолы, имитирующая подлинный пчелиный воск. Логотипом для печати послужило изображение королевской короны и пчелы.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Какую стратегию осуществляло агентство Design Bridge, создавая такую упаковку? Как позиционировали производители меда логотипом со смолой? На какой сегмент рынка ориентировалось агентство Design Bridge? Разработайте свою интересную упаковку для сладкого лакомства. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Lancome – один из самых именитых beauty-брендов планеты. Парфюмерия и косметические средства марки продаются практически в каждой стране мира, а армия почитателей лейбла насчитывает десятки миллионов человек. Образован Lancome в 1935 году, но и сейчас остается одним из самых современных и инновационных представителей Мира Красоты. Основоположник бренда – Арман Птижан – родился в 80-х годах XIX века. В молодые годы Арман оказался в Южной Америке, где вместе со старшими братьями занимался торговлей. Это был широчайший ассортимент экспортируемых из Европы товаров: от силовых установок для паровозов до мелких бытовых вещей, включая вина, ткани и парфюмерию. Птижан не хотел, чтобы имя его бренда обозначало что-то определенное. Он искал слово, которое бы звучало одинаково практически на всех языках мира, а произнести его мог бы любой. Однажды он оказался возле развалин небольшого французского замка с длинным названием Le Château De Lancome. Последнее слово и заинтересовало Армана. Выбросив из него «S», Птижан получил всемирно известный Lancôme. Кстати, руины были окружены зарослями розы – так этот цветок попал на логотип бренда. Сегодня Lancôme – это косметика и парфюмерия класса люкс, представленная на рынках более чем 130 стран. Lancôme выполнил самую сложную из задач, компании удается сочетать исследование и страсть, науку и изящество, и все это ради того, чтобы подчеркнуть красоту женщин всех возрастов во всем мире. Как и эмблема бренда неизменная роза, Lancôme воспевае тысячи различных образов женственности. Для Lancôme один взгляд может изменить судьбу, красота может и должна взволновывать чувства, околдовывать и вдохновлять. Эти понятия остаются такими же неизменными для компании, как и эмблема бренда - элегантная роза.

Сформулируйте креативную идею создания бренда Lancôme. Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Как эмблема Lancôme влияет на узнаваемость, продвижение и дизайн бренда? Постройте атрибутивную карту восприятия. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какова современная концепция маркетинга?
Вопрос 2	Какие факторы воздействуют на результаты маркетинга?
Вопрос 3	Какова конечная цель участников сферы услуг?
Вопрос 4	Что включено в анализ окончательного выбора рынка?
Вопрос 5	Какие издержки обращения различают в практике посреднической деятельности оптовых, комиссионных и других коммерческих организаций?

ВАРИАНТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

Независимое агентство Design Bridge разработало упаковку для бренда Fortnum&Mason и его специальной ограниченной серии «Queen Bee», мед для которой был собран специально в честь 90-летнего юбилея королевы Елизаветы II. Для упаковки была создана печать из смолы, имитирующая подлинный пчелиный воск. Логотипом для печати послужило изображение королевской короны и пчелы.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Какую стратегию осуществляло агентство Design Bridge, создавая такую упаковку? Как позиционировали производители меда логотипом со смолой? На какой сегмент рынка ориентировалось агентство Design Bridge? Разработайте свою интересную упаковку для сладкого лакомства. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Lancome – один из самых именитых beauty-брендов планеты. Парфюмерия и косметические средства марки продаются практически в каждой стране мира, а армия почитателей лейбла насчитывает десятки миллионов человек. Образован Lancome в 1935 году, но и сейчас остается одним из самых современных и инновационных представителей Мира Красоты. Основоположник бренда – Арман Птижан – родился в 80-х годах XIX века. В молодые годы Арман оказался в Южной Америке, где вместе со старшими братьями занимался торговлей. Это был широчайший ассортимент экспортируемых из Европы товаров: от силовых установок для паровозов до мелких бытовых вещей, включая вина, ткани и парфюмерию. Птижан не хотел, чтобы имя его бренда обозначало что-то определенное. Он искал слово, которое бы звучало одинаково практически на всех языках мира, а произнести его мог бы любой. Однажды он оказался возле развалин небольшого французского замка с длинным названием Le Château De Lancome. Последнее слово и заинтересовало Армана. Выбросив из него «S», Птижан получил всемирно известный Lancôme. Кстати, руины были окружены зарослями розы – так этот цветок попал на логотип бренда. Сегодня Lancôme – это косметика и парфюмерия класса люкс, представленная на рынках более чем 130 стран. Lancôme выполнил самую сложную из задач, компании удается сочетать исследование и страсть, науку и изящество, и все это ради того, чтобы подчеркнуть красоту женщин всех возрастов во всем мире. Как и эмблема бренда неизменная роза, Lancôme воспевае тысячи различных образов женственности. Для Lancôme один взгляд может изменить судьбу, красота может и должна взволновывать чувства, околдовывать и вдохновлять. Эти понятия остаются такими же неизменными для компании, как и эмблема бренда - элегантная роза.

Сформулируйте креативную идею создания бренда Lancôme. Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Как эмблема Lancôme влияет на узнаваемость, продвижение и дизайн бренда? Постройте атрибутивную карту восприятия. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Каковы критерии качества информации, содержащейся в финансовых отчетах, которые призваны делать информацию полезной для пользователей?
Вопрос 2	В чем заключается сущность концепции интегрированного маркетинга?
Вопрос 3	В каком году создан Международный комитет по разработке гармонизированной системы описания и кодирования товаров в целях унификации товаров в международной торговле?
Вопрос 4	Что такое совокупный продукт?

Вопрос 5	В расчете на что предприятие строит свою рыночную деятельность, учитывая особенности и преимущества той или иной стадии жизненного цикла товара?
----------	--

ВАРИАНТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

Независимое агентство Design Bridge разработало упаковку для бренда Fortnum&Mason и его специальной ограниченной серии «Queen Bee», мед для которой был собран специально в честь 90-летнего юбилея королевы Елизаветы II. Для упаковки была создана печать из смолы, имитирующая подлинный пчелиный воск. Логотипом для печати послужило изображение королевской короны и пчелы.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Какую стратегию осуществляло агентство Design Bridge, создавая такую упаковку? Как позиционировали производители меда логотипом со смолой? На какой сегмент рынка ориентировалось агентство Design Bridge? Разработайте свою интересную упаковку для сладкого лакомства. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Lancome – один из самых именитых beauty-брендов планеты. Парфюмерия и косметические средства марки продаются практически в каждой стране мира, а армия почитателей лейбла насчитывает десятки миллионов человек. Образован Lancome в 1935 году, но и сейчас остается одним из самых современных и инновационных представителей Мира Красоты. Основоположник бренда – Арман Птижан – родился в 80-х годах XIX века. В молодые годы Арман оказался в Южной Америке, где вместе со старшими братьями занимался торговлей. Это был широчайший ассортимент экспортируемых из Европы товаров: от силовых установок для паровозов до мелких бытовых вещей, включая вина, ткани и парфюмерию. Птижан не хотел, чтобы имя его бренда обозначало что-то определенное. Он искал слово, которое бы звучало одинаково практически на всех языках мира, а произнести его мог бы любой. Однажды он оказался возле развалин небольшого французского замка с длинным названием Le Château De Lancome. Последнее слово и заинтересовало Армана. Выбросив из него «S», Птижан получил всемирно известный Lancôme. Кстати, руины были окружены зарослями розы – так этот цветок попал на логотип бренда. Сегодня Lancôme – это косметика и парфюмерия класса люкс, представленная на рынках более чем 130 стран. Lancôme выполнил самую сложную из задач, компании удается сочетать исследование и страсть, науку и изящество, и все это ради того, чтобы подчеркнуть красоту женщин всех возрастов во всем мире. Как и эмблема бренда неизменная роза, Lancôme воспевае тысячи различных образов женственности. Для Lancôme один взгляд может изменить судьбу, красота может и должна взволновывать чувства, околдовывать и вдохновлять. Эти понятия остаются такими же неизменными для компании, как и эмблема бренда - элегантная роза.

Сформулируйте креативную идею создания бренда Lancôme. Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Как эмблема Lancôme влияет на узнаваемость, продвижение и дизайн бренда? Постройте атрибутивную карту восприятия. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	На кого должен ориентироваться механизм стимулирования?
Вопрос 2	Какие стратегические вопросы следует решить для создания выставочного сайта?
Вопрос 3	Какие направления коммерческой деятельности промышленного предприятия вам известны?
Вопрос 4	Какой статус должна иметь служба маркетинга?
Вопрос 5	Когда Государственной Думой РФ принят Закон «О рекламе»?

ВАРИАНТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

Независимое агентство Design Bridge разработало упаковку для бренда Fortnum&Mason и его специальной ограниченной серии «Queen Bee», мед для которой был собран специально в честь 90-летнего юбилея королевы Елизаветы II. Для упаковки была создана печать из смолы, имитирующая подлинный пчелиный воск. Логотипом для печати послужило изображение королевской короны и пчелы.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Какую стратегию осуществляло агентство Design Bridge, создавая такую упаковку? Как позиционировали производители меда логотипом со смолой? На какой сегмент рынка ориентировалось агентство Design Bridge? Разработайте свою интересную упаковку для сладкого лакомства. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Lancome – один из самых именитых beauty-брендов планеты. Парфюмерия и косметические средства марки продаются практически в каждой стране мира, а армия почитателей лейбла насчитывает десятки миллионов человек. Образован Lancome в 1935 году, но и сейчас остается одним из самых современных и инновационных представителей Мира Красоты. Основоположник бренда – Арман Птижан – родился в 80-х годах XIX века. В молодые годы Арман оказался в Южной Америке, где вместе со старшими братьями занимался торговлей. Это был широчайший ассортимент экспортируемых из Европы товаров: от силовых установок для паровозов до мелких бытовых вещей, включая вина, ткани и парфюмерию. Птижан не хотел, чтобы имя его бренда обозначало что-то определенное. Он искал слово, которое бы звучало одинаково практически на всех языках мира, а произнести его мог бы любой. Однажды он оказался возле развалин небольшого французского замка с длинным названием Le Château De Lancome. Последнее слово и заинтересовало Армана. Выбросив из него «S», Птижан получил всемирно известный Lancôme. Кстати, руины были окружены зарослями розы – так этот цветок попал на логотип бренда. Сегодня Lancôme – это косметика и парфюмерия класса люкс, представленная на рынках более чем 130 стран. Lancôme выполнил самую сложную из задач, компании удается сочетать исследование и страсть, науку и изящество, и все это ради того, чтобы подчеркнуть красоту женщин всех возрастов во всем мире. Как и эмблема бренда неизменная роза, Lancôme воспевае тысячи различных образов женственности. Для Lancôme один взгляд может изменить судьбу, красота может и должна взволновывать чувства, околдовывать и вдохновлять. Эти понятия остаются такими же неизменными для компании, как и эмблема бренда - элегантная роза.

Сформулируйте креативную идею создания бренда Lancôme. Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Как эмблема Lancôme влияет на узнаваемость, продвижение и дизайн бренда? Постройте атрибутивную карту восприятия. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	С чего начинается применение маркетинга на предприятии?
Вопрос 2	Какие уровни контроля выделяет практика управления маркетинговой деятельностью?
Вопрос 3	Могут ли быть базовым источником информации для формирования управленческой отчетности первичные записи бухгалтерского учета?
Вопрос 4	Что позволяет обосновать выгодные сегменты в результате отбора перспективных клиентов и создать устойчивый имидж в обществе?

Вопрос 5

Какие существуют конкретные преимущества реализации интегрированных коммуникаций маркетинга?

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся)

Что является рыночной средой маркетинга?
Какие факторы воздействуют на результаты маркетинга?
Что представляет собой микросреда маркетинга?
Что лежит в основе маркетинговой системы регулирования спроса?
Чем обусловлен каждый этап эволюционного развития маркетинга?
Какова современная концепция маркетинга?
Какие ключевые блоки составляют концептуальную модель управления маркетингом?
Что представляет собой генеральная стратегия управления маркетингом?
Как называется процесс установления количественной и качественной оценки фактических результатов маркетинговых усилий в сравнении с запланированными?
В чем заключается сущность концепции интегрированного маркетинга?
Как вы понимаете специфику международного маркетинга?
Что является чрезвычайно важным при разработке маркетинговых стратегий?
Что представляют собой портфельные стратегии?
В основе разработки портфельных стратегий используется целевой подход. Какие блоки он включает в себя?
В результате чего происходит правильное перераспределение корпоративных ресурсов и генерация перспективных стратегий?
Каким образом определяется показатель «Стратегическое положение»?
Что такое целевой рынок?
С чем неразрывно связан процесс регулярного обновления товарного ассортимента?
Что является индикатором рыночной конъюнктуры?
В чем особенность ценообразования в стратегии «снятия сливок»?
Что является существенным вкладом в формирование сервисного потенциала?
Каковы главные доводы в пользу проведения сегментации?
Какие условия являются достаточными для успешной реализации принципов сегментации?
По каким критериям осуществляется сегментирование рынка?
Каковы измерения целевого рынка фирмы?
Какие характеристики учитываются при изучении покупателей?
Каковы задачи позиционирования?
Что позволяет обосновать выгодные сегменты в результате отбора перспективных клиентов и создать устойчивый имидж в обществе?
Каковы основные слагаемые лояльности?
Что подразумевается под имиджем компании?
Каким образом компании разработать собственную методику позиционирования?
Каким набором атрибутов определяется практическая полезность товара для потребителя?
Что такое совокупный продукт?
Позволяет ли хорошо продуманная товарная политика оптимизировать процесс обновления ассортимента?
На кого должен ориентироваться механизм стимулирования?
Что относится к свойствам ассортимента?
В расчете на что предприятие строит свою рыночную деятельность, учитывая особенности и преимущества той или иной стадии жизненного цикла товара?
Назовите стадии жизненного цикла товара. На каком из этапов предприятие строит свою рыночную деятельность в расчете на возможно более полное использование особенностей и преимуществ той или иной стадии?
Каковы три основных подхода к разработке нового товара?
Какие вы знаете параметры конкурентоспособности продукции?

Какие функции выполняют каналы товародвижения?
Что представляет собой первичная и вторичная информация в системе маркетинговых исследований?
Какие данные включает в себя полевое исследование?
В чем состоят отличия таких маркетинговых исследований, как опрос, эксперимент, наблюдение?
С какой целью проводится исследование рынка?
В каких случаях исследуются структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски?
Что включено в анализ окончательного выбора рынка?
От каких составляющих зависит емкость рынка и зависит ли она от экономической конъюнктуры?
Каковы приоритетные направления исследований при выборе рынка, наряду с оценкой конъюнктуры и емкости?
Что включает в себя пакет маркетинговых исследований аутсорсинга строительных услуг?
Что понимается под социальной ролью потребителя?
Каким образом используются теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу в маркетинге при анализе поведения потребителей?
С чего начинается применение маркетинга на предприятии?
Какой статус должна иметь служба маркетинга?
Какие факторы определяют структуру служб маркетинга?
Для каких предприятий целесообразна организация маркетинга по рынкам?
Какие подразделения необходимы в составе службы маркетинга?
Существуют ли единые принципы организации службы маркетинга?
На каких принципах основана жесткая система управления маркетингом?
Под влиянием каких факторов появились вертикальные маркетинговые системы?
Как называется процесс передачи информации от коммуникатора к коммуниканту?
Что представляет собой комплексная система сейлзпромоушн?
Каковы основные критерии в системе коммуникационных принципов?
Какие существуют конкретные преимущества реализации интегрированных коммуникаций маркетинга?
Необходимо ли учитывать при формировании стратегии интеграционных коммуникаций маркетинга мега факторы глобализации экономики?
Где разрабатываются централизованные глобальные коммуникации?
Что представляет собой программа маркетинговых коммуникаций?
Что относится к задачам информационной системы?
В каком году создан Международный комитет по разработке гармонизированной системы описания и кодирования товаров в целях унификации товаров в международной торговле?
Когда Государственной Думой РФ принят Закон «О рекламе»?
Какими функциями определяется сущность рекламной деятельности?
Какие вам известны признаки классификации видов рекламы?
Какая реклама признается недобросовестной?
Каковы основные функции рекламодателя?
Какова схема взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства?
Необходимо ли при разработке рекламной стратегии определять составляющие творческого комплекса?
При сотрудничестве предприятия с рекламными агентствами следует ли учитывать перечень основных рекламных услуг, которые оно должно предоставлять заказчиком?
Увеличивается ли активная аудитория Рунета и почему?
Какие каналы распространения рекламы вам известны?
Когда была создана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)?
Какие основные направления включают в себя связи с общественностью?

Каковы основные сферы приложения знаний и умений специалиста в области ПР?
Перечислите семь основных слагаемых успешной концепции по связям с общественностью, предложенные американскими учеными Катлип и Сэнтер?
Должна ли деятельность ПР концентрировать свои усилия для успешного рыночного функционирования фирмы на решении как внутренних, так и внешних задач?
По какому признаку формируются структуры ПР-агентств?
Какова ключевая функция работы службы по ПР в коммерческой структуре?
Какие основные этапы выделяются при формировании ПР программы?
Какие формы делового общения используют компании с целью создания и поддержания позитивного общественного мнения?
Что такое пресс-релиз и каковы его задачи?
Какие вам известны виды стимулирования продаж?
Почему за последние десятилетия XX в. упаковка стала наиболее важным, приоритетным продуктом в экономике индустриально развитых стран мира?
Какие факторы способствовали развитию упаковочной отрасли в России в последние годы?
Каковы важнейшие признаки, на которые ориентируется потребитель при выборе продуктов в повседневной жизни?
Какова основная цель ярмарочных торгов?
Подлежит ли организация деятельности выставок государственному регулированию?
Что включает в себя процесс выбора конкретной выставки?
Какие стратегические вопросы следует решить для создания выставочного сайта?
Какой комплекс коммуникационных каналов выставки(ярмарки) интегрируют в себе?
Какие выгоды для потребителей несет электронный бизнес?
Какие вы знаете направления комплексного механизма оценки эффективности интегрированных коммуникаций?
Совокупность каких факторов рыночной среды раскрывается с помощью методов маркетингового исследования?
Какие действия связаны с формированием спроса, стимулированием сбыта и продвижением продукта?
Каким образом вычисляется экономическая эффективность продвижения товаров в магазине, где проводились рекламные и стимулирующие сбыт мероприятия?
При каком методе исследования используются: прямая оценка с использованием вербальной шкалы; портфельный тест; лабораторный тест; диагностика?
Каковы восемь основных категорий метода проверки коммуникационной эффективности рекламы?
На какие две группы делятся тесты на запоминание?
Какие критерии оценки обращения учитываются для составления рейтинга публицити?
Что представляет собой метод Гэллага—Робинсона?
Одинаковые ли методы используются при оценке эффективности рекламы и паблик рилейшнз?
Что представляет собой новая концепция «маркетинг новых идей»?
Какие принципы маркетинга являются наиболее важными в сфере торговли?
По каким блокам группируются функции маркетинга?
Что характеризует реальную возможность создания потребительской ценности, обеспечивая тем самым рыночную устойчивость предприятия?
Что представляет собой концепция маркетинга в сфере торговли как динамичная система взаимосвязанных элементов?
С учетом каких принципов должна осуществляться организация партнерских (коммерческих) связей?
Каким образом идет деление коммерческих связей по признаку рыночной структуры?
Что является важнейшей составной частью инфраструктуры любой национальной экономики?
Какие вам известны элементы системы рыночной инфраструктуры по уровням управления?
Оцените общую стратегию рыночного ценообразования. Какую стратегию реализует компания, в которой вы трудитесь?

В международной классификации отраслей принято выделять три сектора, какие?
На какие два крупных сегмента можно разделить сферу услуг?
Каковы особенности трансформации развития сферы услуг в России?
На что направлены результаты функционирования сферы услуг?
Какова конечная цель участников сферы услуг?
Какие услуги приобретают в России особую актуальность с формированием современных рыночных отношений и развитием новых форм торговли?
Что является основными предпосылками формирования и развития современной системы логистики?
Какие три основные уровня системы управления сферой услуг вам известны?
На основе каких параметров разработан механизм управления региональным рынком услуг?
Что является необходимым условием при построении целевой модели взаимосвязанности субъектов (органы управления федерального, регионального и муниципального уровня) и объектов управления (предприятия регионального рынка)?
Кто является участниками торговой деятельности?
На какие предприятия подразделяются торговые объекты в зависимости от совокупного размера общих площадей?
Какой пакет документов необходим для получения свидетельства об организации торговой деятельности юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем?
Какие признаки характерны для сети магазинов сферы розничной торговли?
Что представляет собой франчайзинг?
Почему среди сетевых компаний в сфере модной одежды распространен метод планомерного открытия собственных магазинов силами самой торговой марки?
Будет ли развиваться сетевая розничная торговля в Москве и России?
Какие вы знаете классификационные признаки розничных торговых предприятий?
Какие отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям вы можете назвать?
Что представляет собой классификация торговых предприятий по комплексу стратегий (strategy mix)?
Центральное место в системе контроллинга отводится контролю маркетинга. Согласны ли вы с этим утверждением?
Какие объекты контроля маркетинговой деятельности вам известны?
Какие уровни контроля выделяет практика управления маркетинговой деятельностью?
Какие основные показатели аналитического блока в контроллинге вы знаете?
Что является основной формой контроля в виде внутреннего или внешнего аудита?
Каковы критерии периодичности ревизии?
Оценку каких блоков включает в себя примерный стандарт маркетингового аудита?
Какие основные составляющие компоненты системы контроллинга вам известны?
Могут ли быть базовым источником информации для формирования управленческой отчетности первичные записи бухгалтерского учета?
Каковы критерии качества информации, содержащейся в финансовых отчетах, которые призваны делать информацию полезной для пользователей?
Известны ли вам определения понятий «коммерция» и «коммерческая деятельность»?
Среди множества задач коммерции какие вы бы выделили прежде всего?
Какие вы знаете организационные формы управления, их структуры?
Какие факторы построения оптово-посреднических организаций необходимо учитывать при оценке эффективности функционирования организационных структур?
Каким документом определяются организационно-правовые формы предприятий?
Какими федеральными законами необходимо руководствоваться при ведении коммерческой деятельности?
Что представляет собой процесс диверсификации коммерческой деятельности?
Растет или падает производство услуг в валовом внутреннем продукте в России?
О чем гласит стандарт ISO8402—86?

Существуют ли на российском рынке услуг четкие стандарты обслуживания клиентов, позволяющие приблизить отечественную торговлю к международным стандартам?
Какими принципами маркетинга вынужден руководствоваться предприниматель при осуществлении коммерции?
С помощью каких инструментов органы законодательной и исполнительной власти формируют промышленную политику?
Какие возможно выделить тенденции развития промышленности России с учетом макроэкономического уровня?
Что представляет собой маркетинг коммерческой деятельности промышленного производства?
Какие направления коммерческой деятельности промышленного предприятия вам известны?
Какова цель маркетинговых исследований промышленного предприятия?
Социально-деловая активность предполагает использование двух правил, формирующих имидж компании. Какие это правила?
Что входит в микро среду промышленной компании?
В каких подразделениях сосредоточена коммерческая деятельность в рамках производственного предприятия?
Как осуществляется взаимодействие службы снабжения и поставщика?
Что включает в себя технология внутри фирменного планирования?
Какие элементы учитываются при разработке стратегического плана?
Что представляет собой метод «5С»?
Какова последовательность составления основных разделов бизнес-плана?
Что содержит понятие «допустимый риск»?
Какие вероятностные риски необходимо страховать?
Что представляет собой классификация видов спроса на коммерческие услуги?
Схема проведения бизнес-операции включает в себя какие основные этапы?
Что является главным на завершающем этапе бизнес-операции?
Какие издержки обращения различают в практике посреднической деятельности оптовых, комиссионных и других коммерческих организаций?

Билеты для промежуточной аттестации обучающихся (Зачет)

БИЛЕТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

ЦУМ по праву можно назвать одним из крупнейших розничных торговых предприятий г. Москвы на рынке непродовольственных товаров. Уже много лет ЦУМ следует красочной традиции со сменой сезона «переодевать» витрины универмага. Каждый раз экспозиции в окнах монументального здания – настоящие произведения искусства: они изготавливаются вручную архитекторами и декораторами и всегда существуют только в единственном экземпляре.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Как влияет дизайн витрин магазина ЦУМ на продвижение товаров? Определите сегмент рынка. Разработайте план дизайнерского оформления витрины магазина «Prado» для летней коллекции. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Люксовая империя LVMH появилась благодаря слиянию двух ключевых игроков рынка – Louis Vuitton и Moët Hennessy в 1087 г., оборот которой превышает 20 млрд евро в год, включает компании, производящие одежду, часы, вино и крепкие спиртные напитки, изделия из кожи, парфюмерию и косметику со своим фирменным дизайном. Помимо непосредственно развития бизнеса, LVMH уделяет внимание благотворительности и ответственному ведению бизнеса: компания поддерживает ряд социальных проектов и медицинских учреждений, спонсирует события в сфере искусства, а также занимается сохранением и восстановлением культурных памятников.

Определите рекламную стратегию компании LVMH? Какой вид стратегии был внедрен в компанию при слиянии и как это отразилось на продажах? Определите сегмент рынка. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Для каких предприятий целесообразна организация маркетинга по рынкам?
Вопрос 2	Что представляют собой портфельные стратегии?
Вопрос 3	Какие возможно выделить тенденции развития промышленности России с учетом макро экономического уровня?
Вопрос 4	Какие вам известны признаки классификации видов рекламы?
Вопрос 5	Каковы критерии периодичности ревизии?

БИЛЕТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

Упаковка уже давно перестала быть простой оберткой для продукта для его защиты. Сегодня она стала сродни искусству, цель которого привлечь покупателя. Многие шедевры умного дизайна упаковки, которая сама продает. Например, чайные пакетики-вешалки. Креативные чайные пакетики по форме напоминают майки, которые висят на вешалках. Такой чайный гардероб был создан дизайнером Сун Мо Канг.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Как влияет дизайн упаковок продуктов на продвижение товаров? Определите сегмент рынка. Разработайте план дизайнерского оформления продукта, который нужно быстро продвигать на рынке. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Первые джинглы, уличная реклама, запоминающийся слоган, узнаваемые лица: что помогло L'Oreal стать крупнейшей корпорацией на рынке косметики. Основатель компании L'Oreal Эйджин Шуэллер занимался развитием рекламы с момента её открытия в 1909 году. Уже в 1910 году у L'Oreal появился рекламный слоган «Лучший продукт из всех известных на сегодняшний день». На другом рекламном объявлении того времени была изображена молодая девушка на фоне хронометра, лозунг гласил: «Я больше не старею – я крашу волосы L'Oreal». Маркетинговая стратегия включала сотрудничество Шуэллера с модными французскими графическими художниками, которые рисовали для него рекламные постеры. В 1929 году компания презентовала первую краску для волос Imedia. Она стала революционным продуктом, который позволял изменить цвет волос и надолго его сохранить. Позже Эйджин Шуэллер предугадал тенденцию 30-х годов, выпустив на рынок обесцвечивающий порошок L'Oreal Blank. Бизнесмен заявил, что «однажды миллионы брюнеток захотят стать блондинками». И это случилось: после выхода на экраны голливудского фильма «Платиновая блондинка» продажи порошка L'Oreal Blank взлетели. Шуэллер задействовал все способы рекламы для продвижения своего товара. Помимо традиционных билбордов, рекламы в печатных СМИ и на автобусах, о шампуне можно было услышать на радио. L'Oreal одной из первых предложила не читать рекламный текст, а пропевать его, что стало своего рода началом эры джинглов. В 1970-е годы компания L'Oreal сотрудничала с рекламным агентством Mccann-Erickson в Нью-Йорке. Французский бренд обратился к нему, так как планировал выйти на американский рынок красок для волос. В то время копирайтером в агентстве трудилась Илон Шпехт. Коллеги описывали её как очень умную, креативную и гордую девушку с непростым характером. Именно ей было суждено придумать слоган, ставший визитной карточкой L'Oreal. Со слоганом «Потому что я этого достойна» компания начала завоевывать американский рынок и отбирать покупателей у основного конкурента – компании Clairol. Вскоре 71% женщин только по этой фразе узнавали бренд L'Oreal.

Определите ценность бренда и эмоциональный образ. Постройте атрибутивную карту восприятия. Почему основатель бренда придавал огромное значение рекламе? Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Почему слоган «Потому что я этого достойна» стал олицетворением феминизма и уверенности женщин в себе? Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	На какие два крупных сегмента можно разделить сферу услуг?
Вопрос 2	На какие две группы делятся тесты на запоминание?
Вопрос 3	На какие предприятия подразделяются торговые объекты в зависимости от совокупного размера общих площадей?

Вопрос 4	О чем гласит стандарт ISO 8402–86?
Вопрос 5	Известны ли вам определения понятий «коммерция» и «коммерческая деятельность»?

БИЛЕТ 3

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

ЦУМ по праву можно назвать одним из крупнейших розничных торговых предприятий г. Москвы на рынке непродовольственных товаров. Уже много лет ЦУМ следует красочной традиции со сменой сезона «переодевать» витрины универмага. Каждый раз экспозиции в окнах монументального здания – настоящие произведения искусства: они изготавливаются вручную архитекторами и декораторами и всегда существуют только в единственном экземпляре.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Как влияет дизайн витрин магазина ЦУМ на продвижение товаров? Определите сегмент рынка. Разработайте план дизайнерского оформления витрины магазина «Prado» для летней коллекции. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Люксовая империя LVMH появилась благодаря слиянию двух ключевых игроков рынка – Louis Vuitton и Moët Hennessy в 1087 г., оборот которой превышает 20 млрд евро в год, включает компании, производящие одежду, часы, вино и крепкие спиртные напитки, изделия из кожи, парфюмерию и косметику со своим фирменным дизайном. Помимо непосредственно развития бизнеса, LVMH уделяет внимание благотворительности и ответственному ведению бизнеса: компания поддерживает ряд социальных проектов и медицинских учреждений, спонсирует события в сфере искусства, а также занимается сохранением и восстановлением культурных памятников.

Определите рекламную стратегию компании LVMH? Какой вид стратегии был внедрен в компанию при слиянии и как это отразилось на продажах? Определите сегмент рынка. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Что представляет собой метод Гэллапа–Робинсона?
Вопрос 2	Существуют ли единые принципы организации службы маркетинга?
Вопрос 3	Оцените общую стратегию рыночного ценообразования. Какую стратегию реализует компания, в которой вы трудитесь?
Вопрос 4	Какие отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям вы можете назвать?
Вопрос 5	Какие основные показатели аналитического блока в контроллинге вы знаете?

БИЛЕТ 4

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание №1

Упаковка уже давно перестала быть простой оберткой для продукта для его защиты. Сегодня она стала сродни искусству, цель которого привлечь покупателя. Многие шедевры умного дизайна упаковки, которая сама продает. Например, чайные пакетики-вешалки. Креативные чайные пакетики по форме напоминают майки, которые висят на вешалках. Такой чайный гардероб был создан дизайнером Сун Мо Канг.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Как влияет дизайн упаковок продуктов на продвижение товаров? Определите сегмент рынка. Разработайте план дизайнерского оформления продукта, который нужно быстро продвигать на рынке. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание №2

Первые джинглы, уличная реклама, запоминающийся слоган, узнаваемые лица: что помогло L'Oreal стать крупнейшей корпорацией на рынке косметики. Основатель компании L'Oreal Эйджин Шуэллер занимался развитием рекламы с момента её открытия в 1909 году. Уже в 1910 году у L'Oreal появился рекламный слоган «Лучший продукт из всех известных на сегодняшний день». На другом рекламном объявлении того времени была изображена молодая девушка на фоне хронометра, лозунг гласил: «Я больше не старею – я крашу волосы L'Oreal». Маркетинговая стратегия включала сотрудничество Шуэллера с модными французскими графическими художниками, которые рисовали для него рекламные постеры. В 1929 году компания презентовала первую краску для волос Imedia. Она стала революционным продуктом, который позволял изменить цвет волос и надолго его сохранить. Позже Эйджин Шуэллер предугадал тенденцию 30-х годов, выпустив на рынок обесцвечивающий порошок L'Oreal Blank. Бизнесмен заявил, что «однажды миллионы брюнеток захотят стать блондинками». И это случилось: после выхода на экраны голливудского фильма «Платиновая блондинка» продажи порошка L'Oreal Blank взлетели. Шуэллер задействовал все способы рекламы для продвижения своего товара. Помимо традиционных билбордов, рекламы в печатных СМИ и на автобусах, о шампуне можно было услышать на радио. L'Oreal одной из первых предложила не читать рекламный текст, а пропевать его, что стало своего рода началом эры джинглов. В 1970-е годы компания L'Oreal сотрудничала с рекламным агентством Mccann-Erickson в Нью-Йорке. Французский бренд обратился к нему, так как планировал выйти на американский рынок красок для волос. В то время копирайтером в агентстве трудилась Илон Шпехт. Коллеги описывали её как очень умную, креативную и гордую девушку с непростым характером. Именно ей было суждено придумать слоган, ставший визитной карточкой L'Oreal. Со слоганом «Потому что я этого достойна» компания начала завоевывать американский рынок и отбирать покупателей у основного конкурента – компании Clairol. Вскоре 71% женщин только по этой фразе узнавали бренд L'Oreal.

Определите ценность бренда и эмоциональный образ. Постройте атрибутивную карту восприятия. Почему основатель бренда придавал огромное значение рекламе? Сформулируйте концепцию позиционирования и концепцию создания бренда для компании. Почему слоган «Потому что я этого достойна» стал олицетворением феминизма и уверенности женщин в себе? Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Что включает в себя технология внутри фирменного планирования?
Вопрос 2	Какие факторы построения оптово-посреднических организаций необходимо учитывать при оценке эффективности функционирования организационных структур?
Вопрос 3	С какой целью проводится исследование рынка?

Вопрос 4	Каковы основные составляющие лояльности?
Вопрос 5	Что представляет собой программа маркетинговых коммуникаций?

БИЛЕТ 5

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.3 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

ЦУМ по праву можно назвать одним из крупнейших розничных торговых предприятий г. Москвы на рынке непродовольственных товаров. Уже много лет ЦУМ следует красочной традиции со сменой сезона «переодевать» витрины универмага. Каждый раз экспозиции в окнах монументального здания – настоящие произведения искусства: они изготавливаются вручную архитекторами и декораторами и всегда существуют только в единственном экземпляре.

Ознакомьтесь с материалами, представленными в задании. Как влияет дизайн витрин магазина ЦУМ на продвижение товаров? Определите сегмент рынка. Разработайте план дизайнерского оформления витрины магазина «Prado» для летней коллекции. Найдите дизайнерские решения задач по проектированию объектов с учетом предпочтений целевой аудитории. Определите стратегические задачи и проблемы. Примените концепции, методики и подходы дисциплины, которые Вы изучили.

Ситуационное задание № 2

Люксовая империя LVMH появилась благодаря слиянию двух ключевых игроков рынка – Louis Vuitton и Moët Hennessy в 1987 г., оборот которой превышает 20 млрд евро в год, включает компании, производящие одежду, часы, вино и крепкие спиртные напитки, изделия из кожи, парфюмерию и косметику со своим фирменным дизайном. Помимо непосредственно развития бизнеса, LVMH уделяет внимание благотворительности и ответственному ведению бизнеса: компания поддерживает ряд социальных проектов и медицинских учреждений, спонсирует события в сфере искусства, а также занимается сохранением и восстановлением культурных памятников.

Определите рекламную стратегию компании LVMH? Какой вид стратегии был внедрен в компанию при слиянии и как это отразилось на продажах? Определите сегмент рынка. Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом на примере, представленном в тексте. Смоделируйте недостающую информацию, необходимую для решения этого задания. Обоснуйте необходимость введения Вами дополнительной информации.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какие услуги приобретают в России особую актуальность с формированием современных рыночных отношений и развитием новых форм торговли?
Вопрос 2	Какими принципами маркетинга вынужден руководствоваться предприниматель при осуществлении коммерции?
Вопрос 3	Что является основной формой контроля в виде внутреннего или внешнего аудита?
Вопрос 4	От каких составляющих зависит емкость рынка и зависит ли она от экономической конъюнктуры?
Вопрос 5	Какие подразделения необходимы в составе службы маркетинга?

8. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы и (или) иных информационных источников для самостоятельной подготовки обучающихся к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. : Научный журнал. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Издательский Дом)

Право и цифровая экономика. – Москва : ФГБОУ ВПО "Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)"

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета БРИКС
«15» февраля 2021г.
(Решение № УС 15-02-21/1 от 15.02.2021)

Мотивированное мнение Студенческого совета Университета
БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № СС 15-02-21/1)

Мотивированное мнение Научного студенческого совета
Университета БРИКС учтено
«15» февраля 2021г.
(Протокол от 15.02.2021 № НС 15-02-21/1)



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета БРИКС
Клевцов Виталий Владимирович
«15» февраля 2021 г.
(Приказ № 15-02-21/1)

Оценочные материалы по дисциплине Стилизация в дизайне и декоративно-прикладном искусстве

Направление подготовки

54.03.01 Дизайн

Образовательная программа
ДИЗАЙН

Направленность (профиль) программы
Дизайн

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения – **очно-заочная**

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ"
Проректор по учебной работе
Гафарова Оксана Владимировна, кандидат экономических наук
«15» февраля 2021г.
(Лист согласования № 54.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

СОГЛАСОВАНО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
"УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КОЛЛЕДЖ БРИКС"
Заместитель директора по учебно-воспитательной работе
Костюк Анастасия Владимировна
«15» февраля 2021г.
(Лист согласования № 54.03.01/1 от «15» февраля 2021 г.)

Москва
2021

Программу разработал(и):
Шахтарина Ирина Леонидовна, старший преподаватель

1. Область применения оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой совокупность оценочных средств, предназначенных для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике; для оценки сформированности у обучающихся индикаторов достижения компетенций, установленных ОПОП.

Настоящие оценочные материалы предназначены для оценки результатов обучения по дисциплине Стилизация в дизайне и декоративно-прикладном искусстве, для оценки сформированности у обучающихся соответствующих индикаторов достижения компетенций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы	Индикаторы достижения компетенций
ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	РПК-2 формирование компетенции ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом
ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	РПК-2 формирование компетенции ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)	ПК-2.2 Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна

3. Перечень индикаторов достижения компетенций, соотнесенных с оценочными средствами

Текущий контроль успеваемости или промежуточная аттестация обучающихся	Оценочные средства	Индикатор(ы) достижения компетенций
Текущий контроль успеваемости: Устные опросы (два в календарный модуль)	Вопросы для устных опросов	ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом ПК-2.2 Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна
Текущий контроль успеваемости: Контрольная работа	Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы); ситуационные задания	ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом ПК-2.2 Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна
Промежуточная аттестация обучающихся: Зачет	Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся); ситуационные задания	ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом ПК-2.2 Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна

4. Характеристика оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости обучающихся и используются устные опросы и контрольная работа.

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижения компетенций, обладает большими возможностями воспитательного воздействия педагогического работника.

Устный опрос проводится во время занятий семинарского типа. Устный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы устного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Устные опросы организованы так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Перечень вопросов для устного опроса доводится до сведения студентов.

Контрольная работа

Контрольная работа дает возможность:

- сформировать для всех обучающихся одинаковые условия,
- объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя,
- проверить обоснованность оценки.

Цель контрольной работы – закрепление основных положений изучаемой дисциплины и умение использовать их на практике при решении профессиональных задач.

Достижение цели предполагает решение следующих задач:

- дать ответы на теоретические вопросы по курсу;
- выполнить ситуационные задания.

Контрольная работа включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Ситуационное задание

Ситуационное задание позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций.

Выполнение ситуационного задания состоит в определении способа деятельности в той или иной ситуации и(или) выполнения этой деятельности.

Для обеспечения равноценности заданий рекомендуется малое количество вариантов ситуационных заданий для промежуточной аттестации обучающихся, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным. Для проведения текущего контроля успеваемости рекомендуется один вариант ситуационных заданий, поскольку само по себе задание предполагает изложение авторских взглядов, обоснований и т.д. и, по сути, является индивидуальным.

Ситуационное задание представляет собой описание конкретной ситуации, типичной для профессионального вида деятельности и(или) области знаний, соответствующих образовательной программе и осваиваемой дисциплине. Содержание ситуационного задания может включать описание условий деятельности и желаемого результата или конкретного задания (задачи). Ситуационное задание может содержать избыточную информацию или характеризоваться недостатком информации, что необходимо для того, чтобы подготовить обучающегося для успешной жизни в информационном обществе.

Письменный опрос

Письменный опрос позволяет оценить формирование индикаторов достижений компетенций, освоение содержания дисциплины, умение логически построить ответ, владение письменной речью.

Письменный опрос проводится по перечню тем дисциплины. Вопросы письменного опроса не выходят за рамки установленного перечня. Перечень вопросов для письменного опроса доводится до сведения студентов.

Письменный опрос применяется как часть контрольной работы для текущего контроля успеваемости обучающихся.

5. Характеристика оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Зачет

Зачет – это форма промежуточной аттестации обучающихся, которая проходит в устной или письменной форме (определяется преподавателем). Задания для проведения зачета выполняются обучающимся самостоятельно. Зачет проводится по билетам, включающим задания для проведения зачета.

Задание для проведения зачета включает в себя:

- два ситуационных задания;
- письменный опрос (из пяти теоретических вопросов).

Теоретические вопросы для зачета избираются на основе вопросов для письменного опроса (для промежуточной аттестации обучающихся), определенных в настоящей ОПОП.

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

6. Критерии оценивания (оценки)

Критерии оценивания устного и письменного опросов

Оценка		Критерии оценивания (оценки)
Устный опрос	Письменный опрос	
Зачтено	Отлично (числовое обозначение оценки - «5»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и полно и аргументированно отвечает по содержанию вопросов; обнаруживается понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.
	Хорошо (числовое обозначение оценки - «4»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
	Удовлетворительно (числовое обозначение оценки - «3»)	Оценка выставляется, если обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается знание и понимание основных положений вопросов, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
Не зачтено	Неудовлетворительно (числовое обозначение оценки - «2»)	Оценка ставится, если обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций и обнаруживается незнание ответов на вопросы, обучающийся допускает ошибки в формулировке определений и(или) правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания (оценки) ситуационного задания

Оценка	Числовое обозначение оценки	Критерии оценивания (оценки)
Отлично	5	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Объяснение хода его выполнения подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с правильным и свободным владением профессиональной терминологией; ответ(ы) на вопрос(ы) задания верный(ые), четкий(ие), непротиворечивые.
Хорошо	4	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) правильный(ые). Допускаются незначительные неточности. Объяснение хода его выполнения подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании. Допускаются единичные ошибки в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания верные, непротиворечивые, но недостаточно четкие.
Удовлетворительно	3	Обучающийся продемонстрировал формирование соответствующих индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно правильный(ые). Объяснение хода его выполнения недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в использовании профессиональных терминов; ответы на вопросы задания недостаточно четкие, с ошибками в деталях, противоречивые.
Неудовлетворительно	2	Обучающийся не продемонстрировал формирование соответствующих

	индикаторов достижений компетенций. Ответ(ы) на вопрос(ы) ситуационного задания дан(ы) преимущественно неправильные. Объяснение хода её решения дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования (в т.ч. лекционным материалом); ответы на дополнительные вопросы неправильные (отсутствуют).
--	--

Критерии оценивания (оценки) контрольной работы

За выполнение контрольной работы выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «Отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Критерии оценивания (оценки) зачета

За выполнение заданий зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся получил не менее двух оценок «удовлетворительно» (то есть «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») из трех заданий при оценивании письменного опроса и каждого ситуационного задания отдельно по пятибалльной системе оценивания (с оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

7. Содержание оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устных опросов

Стиль и стилизация.
Виды стилизации.
Стилизация в народном искусстве.
Стилизация в дизайне.
Художественный образ.
Стилистическая устойчивость традиционных форм и образов.
Композиция.
Закономерности построения художественного произведения.
Композиционное равновесие.
Цвет.
Собственные качества цвета.
Характер цвета.
Особенности использования цвета.
Рисование с натуры.
Декоративное рисование.
Методы обобщения и упрощение.
Способы художественного обобщения.
Геометризация формы.
Комбинаторика.
Природные формы.
Основные требования, предъявляемые к зарисовкам растительного характера.
Принципы стилизации.
Этапы стилизации.
Орнамент.
Классификация орнамента.
Основные этапы создания орнаментальной формы.
Виды построения орнамента.
Виды орнаментальной формы.
Натюрморт.
Декоративность в натюрморте.
Способы решения декоративного натюрморта.
Интерьер.
Разработка стиля интерьера.
Приемы декоративной стилизации интерьера.

Пейзаж.
Цвет в декоративном пейзаже.
Стилизация головы человека.
Принципы стилизации в декоративном портрете.
Стилизация фигуры человека и ее приемы.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

Охарактеризуйте понятие «стиль».
Чем определяется характер стиля?
Назовите основные особенности понятия «манера».
Чем отличается стиль от манеры?
Назовите отличительные особенности декоративной стилизации.
Как иначе называется метод творческой стилизации?
Назовите виды декоративной стилизации.
Какую функцию несет декоративность в изображении?
По каким направлениям выявляются условные декоративные качества рисунка?
Что является определяющим фактором в реалистическом и декоративном рисовании?
Какова цель художественной условности?
Для чего в стилизации применяются методы обобщения и упрощения?
Назовите способы художественного обобщения.
Приведите определение понятия «художественный образ».
Назовите средства выражения художественного образа.
На что интуитивно опирается художник при создании художественных образов?
Чему должна подчиняться вся композиционная организация художественного произведения?
Что означает термин «тон» цвета?
Какими цветовыми оттенками можно визуально приблизить и увеличить действительные размеры изображения?
Какие цветовые отношения свойственны декоративной стилизации?
В чем отличие станкового произведения от декоративного?
Назовите приемы, использование которых усиливает впечатление декоративной композиции.
Чем отличается рисование, приближенное к реальности, и рисование с элементами стилизации?
Какими способами можно изменить форму предмета?
Охарактеризуйте свойства линии в передаче декора.
Преобладание каких линий создает ощущение покоя?
Назовите принципы стилизации.
В чем заключается новизна и оригинальность стилизованного изображения?
Охарактеризуйте геометрический способ рисования.
Назовите типы геометризации изображения.
Что предполагает комбинаторный метод рисования?
Охарактеризуйте принципы трансформации.
Какие участки объекта имеют важнейшее значение при трансформации формы?
Что такое оверлеппинг, и какова его роль в декоративной композиции?
Какова роль темного контура в декоративной композиции?
Что служит предметом изучения и анализа при стилизации природного объекта?
Назовите общие закономерности в строении природных форм.
Назовите основные требования, предъявляемые к зарисовкам растительных объектов.
Опишите этапы стилизации.
Назовите основной признак орнамента.
Что представляют собой орнаментальные образы?
На какие группы подразделяются знаки орнаментального искусства?
По каким признакам классифицируется орнамент?
Как иначе называют зооморфный орнамент?
Назовите типы орнаментов (классификация по конструкции).
Назовите виды построения орнамента (классификация по виду изобразительного мотива).
Охарактеризуйте основные этапы создания орнаментальной формы.
Назовите виды орнаментальной формы.
В чем заключается метод совершенных форм?
Назовите законы орнаментальной композиции.
Назовите принципы создания множественных форм.
Что понимается под интерьером?
Какие законы применяются для достижения полного единства группы изображаемых объектов в натюрморте?
Какими средствами может быть достигнута декоративность в натюрморте?
Назовите способы решения декоративного натюрморта.
Какие задачи включает в себя разработка интерьера?

Чем отличается декоративная стилизация интерьера от академического рисования?

Назовите приемы декоративной стилизации интерьера.

В каком пространстве выполняются стилизованный пейзаж?

Назовите основные принципы стилизации в декоративном рисунке головы.

Назовите приемы стилизации фигуры человека.

Что необходимо определить, изображая фигуру человека?

Что такое стилизованный портрет?

Что требуют законы декоративной композиции?

Что происходит с головой при удлинении фигуры?

Варианты заданий для контрольной работы

Варианты заданий для контрольной работы распределяются между обучающимися педагогическим работником.

Варианты заданий для контрольной работы

ВАРИАНТ 1

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.2 Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

1. Выполните абстрактную композицию-настроение (мажор – минор, лирика – драма, спокойствие – трагедия). В композиции используются приемы создания эффекта декоративности и эмоциональности колорита: декоративный, лирический и драматический колорит («Весенний ручей», «Угасающий костер» и т.д.). В качестве элементов композиции применяются силуэты различных геометрических фигур: пятна, линии, полосы. По желанию можно также использовать различные фактуры.

2. Создайте в графике реалистичный рисунок девушки и рядом стилизованный рисунок Берегини для узора русской вышивки.

Определите композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна для узора русской вышивки и ответьте на вопросы: какой вид декоративной стилизации вы использовали при выполнении задания? Объясните, чем отличается Ваше рисование, приближенное к реальности, и рисование с элементами стилизации? Назовите приемы, использование которых усиливает впечатление декоративной композиции.

Ситуационное задание № 2

Разработайте стилизованный интерьер. За основу взять рисунок интерьера в наблюдательной перспективе, сохранив раскрытие пола, потолка и стен, приближенное к нашему восприятию. Можно использовать как обратную перспективу для передачи формы отдельно изображаемых объектов интерьера, как в иконе, так и параллельную или двухмерную перспективу для передачи объема предметов интерьера и интерьерного пространства. Насыщение интерьера орнаментом в сочетании с приемом дробления элементов композиции. Условно-плоскостная подача.

Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом. Каким образом Вы находили оригинальность своего решения при выполнении задания по разработке стилизованного дизайн-объекта? Удалось ли Вам передать в своей работе пластическую форму, композиционный строй изображения? В какой области (техника, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления) может быть использован созданный Вами дизайн-объект? В чем заключается метод совершенных форм? Что служит предметом изучения и анализа при стилизации объекта? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его теоретическими положениями дисциплины.

Письменный опрос

Вопрос 1	Какими средствами может быть достигнута декоративность в натюрморте?
Вопрос 2	Какие участки объекта имеют важнейшее значение при трансформации формы?
Вопрос 3	Охарактеризуйте свойства линии в передаче декора.
Вопрос 4	Что предполагает комбинаторный метод рисования?
Вопрос 5	Назовите общие закономерности в строении природных форм.

ВАРИАНТ 2

Формируемая(ые) (оцениваемая(ые)) компетенция(ии)

ПК-2 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в части художественно-технической разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (ОТФ «Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации» выделена частично)

Формируемые (оцениваемые) индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.2 Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна

ПК-2.1 Анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом

Ситуационное задание № 1

1. Выполните абстрактную композицию-настроение (мажор – минор, лирика – драма, спокойствие – трагедия). В композиции используются приемы создания эффекта декоративности и эмоциональности колорита: декоративный, лирический и драматический колорит («Весенний ручей», «Угасающий костер» и т.д.). В качестве элементов композиции применяются силуэты различных геометрических фигур: пятна, линии, полосы. По желанию можно также использовать различные фактуры.

2. Создайте в графике реалистичный рисунок девушки и рядом стилизованный рисунок Берегини для узора русской вышивки.

Определите композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта дизайна для узора русской вышивки и ответьте на вопросы: какой вид декоративной стилизации вы использовали при выполнении задания? Объясните, чем отличается Ваше рисование, приближенное к реальности, и рисование с элементами стилизации? Назовите приемы, использование которых усиливает впечатление декоративной композиции.

Ситуационное задание № 2

Разработайте стилизованный интерьер. За основу взять рисунок интерьера в наблюдательной перспективе, сохранив раскрытие пола, потолка и стен, приближенное к нашему восприятию. Можно использовать как обратную перспективу для передачи формы отдельно изображаемых объектов интерьера, как в иконе, так и параллельную или двухмерную перспективу для передачи объема предметов интерьера и интерьерного пространства. Насыщение интерьера орнаментом в сочетании с приемом дробления элементов композиции. Условно-плоскостная подача.

Проанализируйте информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом. Каким образом Вы находили оригинальность своего решения при выполнении задания по разработке стилизованного дизайн-объекта? Удалось ли Вам передать в своей работе пластическую форму, композиционный строй изображения? В какой области (техника, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления) может быть использован созданный Вами дизайн-объект? В чем заключается метод совершенных форм? Что служит предметом изучения и анализа при стилизации объекта? Свой ответ обоснуйте, подкрепляя его теоретическими положениями дисциплины.

Письменный опрос

Вопрос 1	Назовите приемы, использование которых усиливает впечатление декоративной композиции.
Вопрос 2	Какими средствами может быть достигнута декоративность в натюрморте?
Вопрос 3	Что понимается под интерьером?
Вопрос 4	Охарактеризуйте геометрический способ рисования.
Вопрос 5	Назовите средства выражения художественного образа.