МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края

**«Новороссийский колледж строительства и экономики»**

 **(ГАПОУ КК «НКСЭ»)**

**Комплект**

**контрольно-оценочных средств**

**учебной дисциплины**

**«Технические средства и технология изготовления наружной рекламы»**

**для специальности 42.02.01 «Реклама»**

(базовая подготовка)

Новороссийск, 2019

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УТВЕРЖДАЮЗам. директора по УР  Плющева Н.В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«\_\_\_»\_\_\_\_\_2019г.CОГЛАСОВАНОНаучно-методический советпротокол №\_\_\_ от «\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019г.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ребрина Э.М. | ОДОБРЕНОна заседании ЦМК дисциплин специальностейсервиса и рекламы, протокол № \_\_\_\_ от «\_\_»\_\_\_\_\_2019г. Председатель ЦМК  Достовалова Л.А. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  | Рабочая программа составлена на основании ФГОС для укрупненной группы специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»для специальности 42.02.01 «Реклама»приказ Министерства образования и науки РФ № 510 от 12.05.2014 г., зарегистрирован в Минюсте приказ №32859 от 26.06.2014 г. |
|  |  |  |

Разработчик:

Мишанкина Л.Г.

преподаватель спецдисциплин

ГАПОУ КК «НКСЭ»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент:

Головко Л.Г.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_преподаватель спецдисциплин

ГАПОУ КК «НКСЭ»

# СОДЕРЖАНИЕ

# 1 Паспорт комплекта оценочных средств ..4

**2 Комплект контрольно-оценочных средств 7**

# 3 Организация контроля и оценки уровня освоения программы УД 15

## 4. Пакет экзаменатора…………………………………………………………………………....18

**5. Эталоны ответов……………………………………………………………………………….21**

1. **ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**
2. **Область применения комплекта оценочных средств**

Комплект оценочных средств (КОС) предназначен для оценки результатов освоения учебной дисциплины «Технические средства и технология изготовления наружной рекламы». КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и аттестации в форме экзамена.

КОС разработан на основании положений:

* основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки  специальности СПО  42.02.01 Реклама;
* рабочей программы учебной дисциплины «Технические средства и технология изготовления наружной рекламы».

**1.2 Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке**

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты обучения

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Результаты обучения: умения, знания и общие компетенции** | **Показатели оценки результата** | **критерии** | **Тип задания №** | **ОК+ПК** | **Формы и методы контроля и оценки** **(в соответствии с РП УД и РУП)** |
| **Текущий контроль** | **Промежуточная аттестация** |
| **Уметь:**  |  |  |  |  |  |  |
| **У1.** Разбираться в видах наружных конструкций | Умение разбираться в видах наружных конструкций  | Правильность и полнота изложения и пояснения применения методов и средств при проектировании видов наружной рекламы;  | ТЗЛР 4-16 | ОК 1-11ПК 1.1-1.5 | Устный опросПрактический контрольВнеаудиторная самостоятельная работа | Экзамен |
| **У2.** Пользоваться графическими редакторами | Правильное решение при выборе графических редакторов в процессе разработки наружной рекламы | Анализ выбора правильного графического редактора для разработки наружной рекламы  | ТЗЛР 1-3,19-23,25-29 | Устный опросПрактический контрольВнеаудиторная самостоятельная работа | Экзамен |
| **У3.** Использовать варианты композиционного решения | Понимание и использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы | Анализ использования выразительных и художественно изобразительных средств проведен правильно и в полном объеме. | ТЗЛР 4-11, 17,18 | ОК 1-11ПК 1.1-1.5 | Устный опросПрактический контроль Внеаудиторная самостоятельная работа | Экзамен |
| **У4.** Разрабатывать элементы фирменного стиля  |  Понимание и использование художественно-изобразительных средств при проектировании элементов фирменного стиля | Разработаны элементы фирменного стиля с использование художественно-изобразительных средств | ТЗЛР 24 | ОК 1-11ПК 1.1-1.5 | Устный опросПрактический контроль Внеаудиторная самостоятельная работа | Экзамен |
| **Знать:** |  |  |  |  |  |  |
| **З1.** Знание что такое макет и его разновидности | Знание основных приемов разработки процесса макетирования и его разновидностей | Правильность и полнота сообщения основных приемов разработки макетирования и его разновидностей | ТЗ | ОК 1-11ПК 1.1-1.5 | Устный опросЗащита рефератовТестовый контроль | Экзамен |
| **З2.** Знание общих правил оформления наружной рекламы | Знание основных приемов и способов составления наружной рекламы | Правильность и полнота изложения основных приемов и способов составления наружной рекламы | ТЗ | ОК 1-11ПК 1.1-1.5 | Устный контрольТестовый контроль | Экзамен |
| **З3.** Знание программных средств для макетирования | Знание основных приемов и способов макетирования наружной рекламы | Правильность и полнота изложения основных приемов и способов макетирования наружной рекламы | ТЗ | ОК 1-11ПК 1.1-1.5 | Устный контрольТестовый контроль | Экзамен |

**2 КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**2.1. Теоретические задания – ТЗ (*для устного или письменного контроля*)**

1. Виды наружной рекламы: баннер, билборд, блекаут. Размер. Материал.
2. Градиент. Заливка.
3. Что представляет из себя формат Jpeg. Его достоинства и недостатки.
4. Векторная и растровая графика.
5. Разрешение изображения. Единицы измерения.
6. Допечатная подготовка.
7. Послепечатная подготовка.
8. Интерьерная печать. Назначение. Разрешение.
9. Тип печати – конгрев.
10. Ламинация. Используемое оборудование. Применение.
11. Макет. Оригинал-макет.
12. Оракал, самоклеющаяся пленка– виды материалов, используемые в наружной рекламе.
13. Цветовая модель CMYK.
14. Цветовая модель RGB.
15. Виды наружной печати: сольвентная печать. УФ-печать.
16. Строительная сетка. Транслюцентная плёнка
17. Фронтлит. Холст.
18. Цветопроба. Цветоделение.
19. Виды широкоформатной печати.
20. Печать на художественном холсте. Её достоинства.
21. Печать на обычной и художественной фотобумаге .
22. Текстурированые фотообои.
23. Голографическая самоклеящаяся пленка.
24. Видеоэкраны.
25. Призматрон.
26. Скроллер.
27. Рекламные перетяжки.
28. Офисные таблички.
29. Указатели.
30. Шеврон. Штендер.
31. Информационные стенды и доски.
32. Оформление витрин.
33. Оформление фасадов.
34. Крышные конструкции.
35. Вывески. Рекламные щиты.
36. Световые короба (лайтбоксы). Объемные буквы.
37. Брендмауер. Суперсайт.
38. Эффективность видов наружной рекламы для разных целевых групп.
39. Технология производства наружной рекламы.
40. Правила для наружной рекламы.
41. Стелы, пилоны.
42. Нанесение изображения на штендеры.
43. Лайтбоксы. Билборды.
44. Реклама на транспорте. Реклама на остановках.
45. Зарождение наружной рекламы.
46. Российский рынок наружной рекламы.
47. Приемы и идеи создания наружной рекламы.
48. Особенности размещения наружной рекламы.
49. Консоли. Стритлайны.
50. Световая реклама. Несветовая реклама.
51. Типы шрифтов.

**2.2 Тестовые задания**

**Тест 1.**

1. Рекламная конструкция разных форм и размеров с нанесенным изображением и внутренней подсветкой, называется:

А) световой короб

Б) билборд

В) информационный стенд

1. Чем отличается широкоформатная печать от интерьерной

А) качеством печати

Б) размером изображения

В) материалом изготовления

1. Отличие панель-кронштейна от светового короба заключается в следующем:

А) количеством лицевых панелей

Б) материале изготовления

В) размере конструкции

1. Процесс изготовления вывесок начинается с

А) изготовления каркаса

Б) разработки эскиза

В) подбора материала изготовления

1. Баннер-это:
а) Графическое рекламное изображение большого размера, красочная растяжка, которая в привлекательной форме доносят до прохожих ту или иную информацию о продукции и услугах;

Б) рекламный плакат на витринах, в проходах между стеллажами или на стенах   торгового зала;
в)элемент компьютеризованной рекламы, представляющий собой рекламную   страницу на Web-сервере;
г) рекламный флажок с изображением логотипа фирмы, чаще всего используемый   в качестве сувенира.

1. Эффективность рекламы– это сила воздействия рекламы на потребителей, которая измеряется:

А) количеством приобретенных покупатетей;

Б) количеством проданного товара;

В) соотношением рекламных затрат и увеличением объемов продаж;

1. Отличие беклайта от билборда заключается в следующем:

А) размере

Б) отличие заключается в используемом материале

В) необычном внешнем виде , применении внутренней подсветки одного по отношению к другому

1. Вы только начинаете свою рекламную деятельность и вам необходимо сделать наружную рекламу. Что вы закажете сделать и ***почему***:

А) растяжку

Б) щит

В) световой короб

1. Название «билборд» произошло из:

А) Египта

Б) Англии

В) Америки

1. Разновидность щита, плоскость которого составляют наборные трехгранные сегменты, называют:

А) видеоэкран

Б) призматрон

В) скроллер

1. Конструкция, закрепляемая на специально установленных опорах или между двумя зданиями, называется:

А) крышной установкой

Б) перетяжкой

В) аркой

1. Крупноформатная статичная или динамическая рекламная конструкция формата 15x5м или 12x5м, называется

А) суперсайтом

Б) лайтбоксом

В) супербоксом

1. Небольшая выносная рекламная конструкция, имеющая одну или две плоскости для нанесения изображения, располагаемая вблизи рекламируемого объекта

А) шеврон

Б) штендер

В) скроллер

1. Изображения описываемые математическими формулами, в которых элементами являются не пикселы, а объекты, называются:

А) растровыми

Б) векторными

В) точечными

1. Чем лучше завлечь проходящего мимо потенциального потребителя:

А) витриной

Б) вывеской

В) слоганом

**Тест 2.**

1. Динамическая наружная реклама, плоскость которого составляют наборные трехгранные сегменты, называется:

А) скроллер

Б) призматрон

В) видеопроектор

Г) лайтбокс

1. Чем отличается широкоформатная печать от интерьерной

А) качеством печати

Б) размером изображения

В) материалом изготовления

1. Двусторонний щит, размещенный на опорах городского освещения или стене дома,

называется
а) лайтбоксом

Б ) панель-кронштейном

В) суперсайтом

1. Процесс изготовления вывесок начинается с

А) изготовления каркаса

Б) разработки эскиза

В) подбора материала изготовления

1. Рекламное изображение среднего или большого формата на листе бумаги называется

А) щитом

Б) буклетом

В) плакатом

1. Вид внутритранспортной рекламы - плакат небольшого формата с достаточно обширным текстом и подробной аргументацией, называется:

А) саклер

Б) сникер

В) синкел

1. Рекламная конструкция с подсветкой, имеет 3 стороны с выгнутыми поверхностями формата 3х1.6м называется:
А) плакат

Б) призматрон

В) саймон

1. Рекламная установка с внутренней подсветкой и динамически меняющимися рекламными сообщениями

А) призматрон

Б) скроллер

В) лайтбокс

1. Стела – это:

А) высокая, вытянутая в вертикальной плоскости рекламная конструкция, устанавливаемая в непосредственной близости к объекту рекламы.
Б) рекламная поверхность конструкции значительных размеров, обычно устанавливаемая в центральной части города

В) щит 3 х 6 м

1. Конструкция, закрепляемая на специально установленных опорах или между двумя зданиями, называется:

А) крышной установкой

Б) перетяжкой

В) аркой

1. Нашивку логотипа компании или аналогичной символики на различную одежду называют:

А) значком

Б) шевроном

В) нашивкой

1. К видам наружной рекламы не относятся:

а) листовки

б) буклеты

в) штендеры

г) таблички

1. Маркиза - это:

А) элемент крышной установки;

Б) декоративный элемент оформления выполняющий как рекламную, так и защитную функции;

В) вид рекламного носителя.

1. Рекламный фриз - это

А)щит в виде прямоугольника;

Б)горизонтальная вывеска по всей длине здания;

В)особый вид козырька

1. Объёмные буквы -

а) распространённый тип наружной рекламы, в которой информационную нагрузку несут слова, составленные из отдельных букв;

б) материал со специальной пропиткой

в) отдельно стоящая конструкция, представляющая собой экран, крепящийся на подставке

**Тест 3**

1. Рекламная конструкция разных форм и размеров с нанесенным изображением и внутренней подсветкой, называется:

А) световой короб

Б) билборд

В) информационный стенд

1. Чем отличается широкоформатная печать от интерьерной

А) качеством печати

Б) размером изображения

В) материалом изготовления

1. Отличие панель-кронштейна от светового короба заключается в следующем:

А) количеством лицевых панелей

Б) материале изготовления

В) размере конструкции

1. Процесс изготовления вывесок начинается с

А) изготовления каркаса

Б) разработки эскиза

В) подбора материала изготовления

1. Эффективность рекламы– это сила воздействия рекламы на потребителей, которая измеряется:

А) количеством приобретенных покупатетей;

Б) количеством проданного товара;

В) соотношением рекламных затрат и увеличением объемов продаж;

1. Отличие беклайта от билборда заключается в следующем:

А) размере

Б) отличие заключается в используемом материале

В) необычном внешнем виде , применении внутренней подсветки одного по отношению к другому

1. Вы только начинаете свою рекламную деятельность и вам необходимо сделать наружную рекламу. Что вы закажете сделать и ***почему***:

А) растяжку

Б) щит

В) световой короб

1. Разновидность щита, плоскость которого составляют наборные трехгранные сегменты, называют:

А) видеоэкран

Б) призматрон

В) скроллер

1. Конструкция, закрепляемая на специально установленных опорах или между двумя зданиями, называется:

А) крышной установкой

Б) перетяжкой

В) аркой

1. Крупноформатная статичная или динамическая рекламная конструкция формата 15x5м или 12x5м, называется

А) суперсайтом

Б) лайтбоксом

В) супербоксом

1. Небольшая выносная рекламная конструкция, имеющая одну или две плоскости для нанесения изображения, располагаемая вблизи рекламируемого объекта

А) шеврон

Б) штендер

В) скроллер

1. Изображения описываемые математическими формулами, в которых элементами являются не пикселы, а объекты, называются:

А) растровыми

Б) векторными

В) точечными

1. Чем лучше завлечь проходящего мимо потенциального потребителя:

А) витриной

Б) вывеской

В) слоганом

1. Динамическая наружная реклама, плоскость которого составляют наборные трехгранные сегменты, называется:

А) скроллер

Б) призматрон

В) видеопроектор

Г) лайтбокс

1. Чем отличается широкоформатная печать от интерьерной

А) качеством печати

Б) размером изображения

В) материалом изготовления

1. Двусторонний щит, размещенный на опорах городского освещения или стене дома,

называется
а) лайтбоксом

Б ) панель-кронштейном

В) суперсайтом

1. Процесс изготовления вывесок начинается с

А) изготовления каркаса

Б) разработки эскиза

В) подбора материала изготовления

1. Рекламное изображение среднего или большого формата на листе бумаги называется

А) щитом

Б) буклетом

В) плакатом

1. Вид внутритранспортной рекламы - плакат небольшого формата с достаточно обширным текстом и подробной аргументацией, называется:

А) саклер

Б) сникер

В) синкел

1. Стела – это:

А) высокая, вытянутая в вертикальной плоскости рекламная конструкция, устанавливаемая в непосредственной близости к объекту рекламы.
Б) рекламная поверхность конструкции значительных размеров, обычно устанавливаемая в центральной части города

В) щит 3 х 6 м

**3. Организация контроля и оценки уровня освоения программы УД**

Критерии оценки ответа в устной или письменной форме:

 **«5»** - полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме, в соответствии с требованиями учебной программы; правильное определение специальных понятий; владение терминологией; полное понимание материала; умение обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; последовательное и полное с точки зрения технологии выполнения работ изложение материала.

 **«4»** - изложение полученных знаний в устной или письменной форме, удовлетворяющее тем же требованиям, что и для оценки «5»; наличие несущественных терминологических ошибок, не меняющих суть раскрываемого вопроса, самостоятельное их исправление; выполнение заданий с небольшой помощью преподавателя.

 **«3»** - изложение полученных знаний неполное; неточности в определении понятий или формулировке технологии или структуры; недостаточно глубокое и доказательное обоснование своих суждений и приведение своих примеров; непоследовательное изложение материала.

Критерии оценки качества выполнения лабораторных работ:

**Отметка «5».** Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности. Учащиеся работают полностью самостоятельно: подбирают необходимые для проведения лабораторной работы теоретические знания, практические умения и навыки. Учащиеся приводят аргументированные доводы в своем выборе.

**Отметка «4».** Лабораторная работа выполняется учащимися в полном объеме и самостоятельно. Допускаются отклонения от необходимой последовательности выполнения, не влияющие на правильность конечного результата. Студенты используют указанные преподавателем источники знаний, включая страницы учебника. Работа показывает знание учащихся основного теоретического материала и овладение умениями, необходимыми для самостоятельного выполнения работы. Могут быть неточности и небрежности в оформлении результатов работы.

 **Отметка «3».** Лабораторная работа выполняется и оформляется учащимися при помощи преподавателя или хорошо подготовленными и уже выполнивших на «отлично» данную работу студентов. На выполнение работы затрачивается много времени (можно дать возможность доделать работу дома). Студенты показывают знания теоретического материала, но испытывают затруднение при выборе методов для проектирования работы.

**Отметка «2»** выставляется в том случае, когда студенты не подготовлены к выполнению этой работы. Полученные результаты не позволяют сделать правильных выводов и полностью расходятся с поставленной целью. Показывается плохое знание теоретического материала и отсутствие необходимых умений. Руководство и помощь со стороны преподавателя и хорошо подготовленных студентов неэффективны по причине плохой подготовки.

Выполнение тестовых заданий.

Правильно выполненное задание оценивается -1 балл. Неправильно выполненное задание-0 баллов.

При выполнении теста №1, состоящего из 15 предложенных заданий возможное получение максимального балла -15 баллов.

При выполнении теста №2, состоящего из 15 предложенных заданий возможное получение максимального балла -15 баллов.

Критерии оценок теста №1:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Процент результативности (правильных ответов) | Количество баллов | Оценка уровня подготовки  |
| балл (отметка) | вербальный аналог |
| 95 ÷ 100 | 14-15 | 5 | отлично |
| 80 ÷ 94 | 12-13 | 4 | хорошо |
| 60 ÷ 79 | 9-11 | 3 | удовлетворительно |
| менее 60 | Менее 9 | 2 | неудовлетворительно |

Критерии оценок теста №2:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Процент результативности (правильных ответов) | Количество баллов | Оценка уровня подготовки  |
| балл (отметка) | вербальный аналог |
| 95 ÷ 100 | 14-15 | 5 | отлично |
| 80 ÷ 94 | 12-13 | 4 | хорошо |
| 60 ÷ 79 | 9-11 | 3 | удовлетворительно |
| менее 60 | Менее 9 | 2 | неудовлетворительно |

**4. Пакет экзаменатора**

|  |
| --- |
| **ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА** |
| **Задание:** теоретическое задание, тест 3 состоящий из 20 тестовых заданий |
| **Объекты оценки** | **Критерии оценки результата (в соответствии с разделом 1 «Паспорт** **комплекта контрольно-оценочных средств)** | **Отметка о выполнении**  |
| У1 Разбираться в видах наружных конструкций | Правильность и полнота изложения и пояснения применения методов и средств при проектировании видов наружной рекламы | бальная оценка |
| У2 Пользоваться графическими редакторами | Анализ выбора правильного графического редактора для разработки наружной рекламы | бальная оценка |
| У3. Использовать варианты композиционного решения | Анализ использования выразительных и художественно изобразительных средств проведен правильно и в полном объеме. | бальная оценка |
| У4. Разрабатывать элементы фирменного стиля | Разработаны элементы фирменного стиля с использование художественно-изобразительных средств | бальная оценка |
| **З1.** Знание что такое макет и его разновидности | Правильность и полнота сообщения основных приемов разработки макетирования и его разновидностей | бальная оценка |
| **З2.** Знание общих правил оформления наружной рекламы | Правильность и полнота изложения основных приемов и способов составления наружной рекламы | балльная оценка |
| **З3.** Знание программных средств для макетировани | Знание программных средств для макетирования наружной рекламы | балльная оценка |
| Условия выполнения заданий Время выполнения задания мин./час.*:60**минут*Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности .Оборудование: бумага, ручка Литература для экзаменующихся: справочная, методическая Дополнительная литература для экзаменатора: учебная, нормативная в соответствии перечнем материалов, оборудования и информационных источников, используемых в аттестации. |

**Основные источники:**

1. Аниськина Н.В. Наружная реклама. Издательство: Инфра-М, Форум, М., 2014 г., 208 с.
2. Бердышев С. Эффективная наружная реклама. Инфра-М, Форум, М., 2015  г., 150 с.
3. Назайкин А.. Технические средства и технология изготовления наружной рекламы в современных СМИ. Практическое пособие. М., 2014, 350 с.
4. Пименов П.А.. Основы рекламы. Издательство: Инфра-М, Форум, М., 2014 г., 380 с.
5. Устин В. Б.. Искусство наружной рекламы. Практическое руководство. М.. 2015 г., 278 с.

**Дополнительные источники**

1. Назайкин А.Н.. Эффективный Технические средства и технология изготовления наружной рекламы в СМИ. М., Бератор-Пресс. 2015 г., 480с.
2. Кнорре К.. Наружная реклама. М., Бератор-Пресс. 2015 г., 420с.

**Интернет-ресурсы**

1. [www.aksioma.me](http://www.aksioma.me)
2. www.adproject.ru
3. cheremuha.com
4. www.riaok.ru/nr/‎
5. www.outdoor.ru

**5. Эталоны ответов на тест 3:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ вопроса** | **ответы** | **баллы** | **№ вопроса** | **ответы** | **баллы** | **№ вопроса** | **ответы** | **баллы** | **№ вопроса** | **ответы** | **баллы** |
| **1** | А | 1 | **6** | В | 1 | **11** | Б | 1 | **16** | Б | 1 |
| **2** | А  | 1 | **7** | Б | 1 | **12** | Б | 1 | **17** | А  | 1 |
| **3** | А | 1 | **8** | Б | 1 | **13** | А | 1 | **18** | В | 1 |
| **4** | А | 1 | **9** | В | 1 | **14** | А | 1 | **19** | Б | 1 |
| **5** | В | 1 | **10** | А | 1 | **15** | А | 1 | **20** | А | 1 |