

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2026 09:50:04
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Товолжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании высшей школы
дизайна и искусства

Протокол от 26.06.2026 г № 6

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

«Художественное проектирование в рекламной графике»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата

«МОДА И ДИЗАЙН»

наименование образовательной программы

54.03.03 «Искусство костюма и текстиля»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Березова М.А кандидат технических наук
ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти 2026

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК 1	Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности	ИПК-1.1. Производит поиск, сбор и анализ информации по теме проектного задания ИПК-1.2. Осуществляет отслеживание тенденций в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды ИПК-1.3. Осуществляет отслеживание новейших конструкторских и технологических решений одежды, инноваций текстильного производства; проводит мониторинг и сравнительную оценку аналогов проектируемых объектов ИПК-1.4. Осуществляет предварительную проработку эскизов художественного проекта ИПК-1.5. Составляет проектное задание, формирует этапы и устанавливает сроки создания художественного проекта; обосновывает правильность принимаемых дизайнерских решений, вносит предложения по корректировке проектного задания
ПК 2	Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике	ИПК-2.1. Осуществляет выбор источников проектирования (области культуры, темы, сезона и роли, которые станут основой модели/коллекции) ИПК-2.2. Определяет форму, силуэт, конструктивные решения, декоративные линии и элементы, цветовые сочетания, размеры и форму деталей модели одежды, соответствующих требованиям технического задания сезону, модным тенденциям, проектному образу и интересам заказчика/потребителя ИПК-2.3. Выполняет художественные эскизы моделей одежды с использованием различных приемов и техник художественно-графических работ ИПК-2.4. Визуализирует художественную идею в двухмерной и трехмерной графике, создает презентационные и рекламные материалы ИПК-2.5. Разрабатывать элементы брендов одежды. Воплощает творческие замыслы в реальные модели одежды

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы и методы создания проекта в области художественной и рекламной графики; основы теории и методологии проектирования в области художественной и

рекламной графики; различные приемы и техники художественно-графических работ художественной и рекламной графики

Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту художественной и рекламной графики; находить дизайнерские решения задач и обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории анализировать информацию, необходимую при проектировании художественной и рекламной графики

Владеть: навыками предпроектного анализа; навыками по планированию и согласованию сроков выполнения работ по проектированию объектов художественной и рекламной графики навыками выполнения комплексных проектов художественной и рекламной графики на основе культурных, тематических, сезонных источников; навыками работы в графических редакторах; навыками художественно-графической разработки элементов брендов одежды

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	ТЕМА 1. ОТКРЫТКА, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФОРМЫ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ	ПК 1 ПК 2
2	ТЕМА 2. ПЛАКАТ И АФИША, КАК ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА МОДНЫХ БРЕНДОВ	
3	ТЕМА 3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ИНТЕРЬЕРЕ МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ	
4	ТЕМА 4. ДИЗАЙН АНИМАЦИИ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА БРЕНДА МОДНОЙ ИНДУСТРИИ	
5	ТЕМА 5. ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МОДНОГО БРЕНДА	

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение 5 семестров.

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет и экзамен.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов и заданий для подготовки к дифференцированному зачету

в 4 семестре

ТЕМА 2. ПЛАКАТ И АФИША, КАК ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА МОДНЫХ БРЕНДОВ

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

1. Дайте определение понятию «афиша» и ее основным функциям в сфере моды.
2. Чем отличается афиша от плаката как вида рекламной полиграфии?
3. Назовите основные этапы истории развития афиши и плаката (от XIX века до наших дней).
4. Кто считается основоположником художественного плаката и почему?
5. Как стиль «модерн» повлиял на развитие афиши в конце XIX – начале XX века?
6. Какие известные художники-графики работали в жанре афиши (Тулуз-Лотрек, Муха, Родченко)?
7. Как советский конструктивизм изменил визуальный язык плаката?
8. Каковы основные функции рекламной полиграфии в индустрии моды?
9. Чем имиджевый плакат модного бренда отличается от информационного или торгового плаката?
10. Какую роль играет афиша в формировании имиджа модного бренда?
11. Назовите классификацию тематики плаката (рекламный, политический, социальный, культурно-просветительский).
12. Какие тематические направления плаката наиболее актуальны для модной индустрии?
13. Что такое «имиджевая реклама» и как она реализуется через плакат?
14. Как афиша может отражать ДНК бренда и его философию?
15. Какие исторические стили (барокко, ар-деко, поп-арт) чаще всего цитируются в модных афишах?
16. Как развитие печатных технологий (литография, офсет, цифровая печать) повлияло на эволюцию плаката?
17. Каковы отличительные черты европейской школы плаката от американской?
18. Как японский графический дизайн повлиял на современную модную афишу?
19. Что такое «швейцарский стиль» в плакате и применим ли он к моде?
20. Назовите ключевых современных дизайнеров, работающих в жанре модного плаката.
21. Как социальные тренды (эко-осознанность, бодипозитив) отражаются в рекламной афише модных брендов?
22. В чем отличие сезонной афиши (коллекция) от постоянной имиджевой афиши бренда?
23. Как афиша может работать на узнаваемость бренда без использования логотипа?
24. Каковы жанровые разновидности плаката в индустрии моды (коллекционный, событийный, персональный)?
25. Как событийный плакат (показ, выставка, презентация) отличается от коллекционного?
26. Какую роль играет афиша в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций модного бренда?
27. Как афиша взаимодействует с другими носителями (баннеры, соцсети, BTL-материалы) в рамках рекламной кампании?
28. Какие исторические примеры модной афиши стали культовыми и почему?
29. Как тенденции современного искусства (стрит-арт, диджитал-арт) интегрируются в плакатную графику?
30. В чем отличие афиши для масс-маркета от афиши для люксового сегмента?

31. Дайте определение понятию «шрифтовая гарнитура» и ее роли в афише.
32. Как классифицируются шрифты по историческому признаку (антиква, гротеск, брусковые, акцидентные)?
33. Какие шрифтовые гарнитуры чаще всего используются в модной имиджевой рекламе и почему?
34. Каковы критерии выбора шрифта для афиши модного бренда?
35. Что такое «читаемость» и «удобочитаемость» шрифта в плакате и как их достичь?
36. Как кегль и начертание шрифта влияют на иерархию информации в афише?
37. В чем отличие между рублеными шрифтами (гротесками) и шрифтами с засечками (антиквой) в контексте моды?
38. Как шрифт может создавать образ и передавать характер бренда (элегантность, дерзость, минимализм)?
39. Каковы принципы парного сочетания шрифтов (контраст, нюанс) в одной афише?
40. Что такое «шрифтовая композиция» и как она выстраивается на плоскости афиши?
41. Как цвет шрифта взаимодействует с фоном и изображением в плакате?
42. Как типографика может выполнять роль изобразительного элемента (фигуры, фактуры) в афише?
43. Как кернинг, трекинг и интерлиньяж влияют на визуальное восприятие текста в афише?
44. Каковы особенности работы с акцидентными (декоративными) шрифтами в модной афише?
45. Как шрифт может трансформироваться в графический паттерн или орнамент в плакате?
46. Что такое «образ» в афише и плакате и какова его структура?
47. Какие типы образов используются в рекламной полиграфии модных брендов (метафорические, сюжетные, символические)?
48. Как в афише создается динамический или статический образ через композицию?
49. Какова роль цветового решения в создании эмоционального образа плаката?
50. Какие композиционные схемы (вертикальная, горизонтальная, диагональная, центрическая) наиболее эффективны для афиши?

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

51. Как принцип «золотого сечения» применяется при построении композиции плаката?
52. Что такое «доминанта» в афише и как ее выделить?
53. Как контраст (цветовой, тональный, масштабный) работает на создание выразительного образа в плакате?
54. Как ритм организует композицию и помогает считывать информацию в афише?
55. Как статика и динамика в композиции влияют на восприятие модного бренда?
56. Какие приемы визуальной метафоры чаще всего используются в имиджевых плакатах?
57. Как создать «атмосферу» (настроение) в афише с помощью композиционных средств?
58. Как взаимодействие пустого и заполненного пространства (воздух/фон) влияет на «дорогой» или «массовый» вид афиши?
59. Как масштаб изображения (крупный план, общий план) влияет на эмоциональное восприятие образа?
60. Как в афише может использоваться эффект «незавершенности» или «открытой композиции»?
61. Каким образом линия и пятно работают над созданием образа в плакате?
62. Как сюжетная линия (нарратив) встраивается в статичное изображение афиши?
63. Как можно выразить время суток, сезон или эпоху через композицию и колорит плаката?

64. В чем отличие «реалистичного» образа от «условного» или «абстрактного» в модной афише?
65. Какой должна быть афиша для целевой аудитории модного бренда, чтобы привлечь внимание и вызвать желание?
66. Дайте определение коллажу как технике и как формообразующему фактору в плакате.
67. Какие виды коллажа (бумажный, цифровой, живописный, фроттаж) используются в дизайне афиш?
68. Почему коллаж является одним из самых эффективных инструментов для создания модного плаката?
69. Как в коллажной афише достигается единство разнородных элементов (фото, текст, фактура)?
70. Каковы принципы работы с текстурами и материалами в коллаже для плаката?
71. Как коллаж помогает создавать сюрреалистические или футуристические образы в моде?
72. В чем отличие коллажа от фотомонтажа в рекламной графике?
73. Как при создании коллажа выстраивается глубина пространства (передний, средний, задний планы)?
74. Какие эффекты (обрыв, наложение, проступание) делают коллаж выразительным в плакате?
75. Как коллаж может передавать фактуру тканей и материалов костюма без их фотореалистичного изображения?
76. Как цифровой коллаж отличается от ручного (аналогового) по технологии и визуальному результату?
77. Как коллаж позволяет сочетать несочетаемые объекты и создавать новый контекст для модного продукта?
78. Каковы принципы компоновки коллажа в заданном формате афиши?
79. Как использовать коллаж для создания брендового паттерна или фона плаката?
80. Как в коллаже достигается баланс между хаосом и структурой (организованный беспорядок)?
81. Опишите алгоритм разработки серии афиш от брифа до финального макета.
82. Каковы этапы подготовки презентации по истории афиши и плаката?
83. Как классифицируется целевая аудитория модных брендов по возрасту, полу, уровню дохода, стилю жизни?
84. Как целевая аудитория влияет на выбор темы, цвета, шрифта и образов в афише?
85. Как спроектировать серию афиш на определенную тему (например, «Весенняя коллекция», «Эко-мода», «Ночной город»)?
86. В чем отличие афиши для молодежной аудитории от афиши для аудитории 35+?
87. Каковы методы поиска темы и образа при выполнении серии ассоциативных упражнений?
88. Как ассоциативные упражнения (на линии, пятно, цвет, фактуру) помогают найти визуальный язык для афиши?
89. Как разработать серию плакатов, объединенных общей концепцией, но различающихся по цвету или ритму?
90. Как спроектировать серию плакатов, доминирующим формообразующим фактором которых является коллаж?
91. Какие требования предъявляются к макету афиши для печати (разрешение, цветовая модель, форматы)?
92. Как адаптировать афишу для digital-носителей (социальные сети, сайт, экраны)?
93. Каковы критерии оценки качества разработанной серии афиш (оригинальность, цельность, соответствие брифу)?
94. Как провести анализ конкурентной среды при разработке имиджевого плаката?
95. Как серия афиш может транслироваться в наружной рекламе (сити-форматы, билборды)?
96. Как в серии афиш выстраивается стилистическое единство (цвет, шрифт, пластика)?
97. Какие графические приемы делают афишу «запоминающейся» и повышают узнаваемость бренда?

98. Как этические и культурные нормы влияют на проектирование рекламной полиграфии в моде?
99. Каковы требования к подаче проекта (портфолио) по разработанной серии афиш?
100. Опишите полный цикл работы над созданием имиджевой афиши: от идеи до готового печатного макета с учетом всех изученных тем

Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену

3 семестр

ТЕМА 1. ОТКРЫТКА, КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФОРМЫ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

1. Какие виды графики могут быть по способу создания?
2. Виды графики
3. Что относится к уникальной графике?
4. Композиция в графическом дизайне.
5. Дайте определение понятию креативность.
6. Перечислите основные признаки креативности.

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

7. Определите понятие «креативность дизайн-решения».
8. Какие науки определяют область необходимых знаний дизайнера-графика?
9. Назовите основные принципы дизайна.
10. Взаимотношение массового и профессионального сознания в сфере графического дизайна.
11. Проблемы, возникающие в потреблении объектов графического дизайна.
12. Способы передачи фактуры и текстуры.

ТЕМА 3. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ИНТЕРЬЕРЕ МАГАЗИНА ОДЕЖДЫ

5 семестр

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

13. Что такое графический дизайн в интерьере?
14. Приведите примеры графики в интерьере квартиры.
15. Функции графики в интерьере
16. В каких случаях применяется ахроматическая или нейтральная цветовая гамма в интерьере?

17. Принципы применения графики в интерьере габаритных помещений
18. Принципы применения графики в интерьере малогабаритных помещений
19. Принципы применения графики в интерьере репрезентативных зон

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

20. Какие техники графики могут быть использованы в дизайне интерьера?
21. Основные стили в дизайне интерьера
22. Какие задачи решает графика при использовании в интерьере
23. Дайте определение триптиху
24. Виды интерьерных наклеек
25. Технология нанесения декоративных наклеек в интерьере
26. Требования к оформлению интерьера картинами и постерами
27. Оформление интерьера магазина одежды

ТЕМА 4. ДИЗАЙН АНИМАЦИИ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА БРЕНДА МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

6 семестр

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

28. Что такое моушн-дизайн?
29. Принцип тайминга и скорости в моушн-дизайне
30. Принцип смягчения в моушн-дизайне
31. Принцип цельности в моушн-дизайне
32. Принцип антиципации в моушн-дизайне
33. Принцип анимации по дуге в моушн-дизайне
34. Принцип сжатие, растягивание и мазков в моушн-дизайне
35. Принцип продолжение движения и перекрытие в моушн-дизайне
36. Принцип преувеличения в моушн-дизайне
37. Принцип дополнения в моушн-дизайне
38. Преимущества анимационной графики
39. Тренды в моушн-дизайне
40. Специфика моушн-коллажа в анимационных роликах

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

41. Специфика применения анимации текстов и интерфейсов.
42. Специфика применения анимированных логотипов.
43. Объекты проектирования моушн-дизайнеров?

44. Инструменты моушн-дизайна
45. Опишите принцип создания линейной анимации
46. Опишите принцип создания покадровой анимации
47. Что такое интерактивное издание, назовите основные этапы проектирования?
48. Принципы проектирования электронной книги, ее форматы.
49. Назовите способы преобразования печатных изданий в электронное
50. Какие виды переходов страниц существуют?
51. Функции моушн-дизайна
52. Виды рекламных роликов?
53. Что такое mood video?
54. Этапы создания рекламного ролика

ТЕМА 5. ДИЗАЙН ФИРМЕННОГО СТИЛЯ МОДНОГО БРЕНДА

7 семестр

ПК-1 Способен формулировать цели и задачи художественного проекта, к выявлению приоритетов в решении задач с учетом эстетических и иных аспектов деятельности

55. Охарактеризуйте фирменный знак
56. Фирменный блок представляет собой
57. Кто первым в истории дизайна создал корпоративный стиль?
58. Что такое бренд?
59. Что такое имидж бренда?
60. Функции фирменного стиля?
61. Задачи фирменного стиля?
62. Цели формирования фирменного стиля
63. Что такое фирменный стиль?
64. Основные стилеобразующие элементами?
65. Что такое товарный знак?
66. Функции товарного знака
67. Основные типы товарных знаков
68. Что такое словесный товарный знак?
69. Охарактеризуйте изобразительный товарный знак
70. Что такое объемный товарный знак?
71. Охарактеризуйте звуковой товарный знак
72. Охарактеризуйте комбинированные товарные знаки
73. Требования к товарному знаку
74. Что такое фирменный блок?
75. Разновидности сочетания фирменного блока
76. Значение цвета в фирменном стиле?
77. Условия применения фирменного шрифта или комплекта шрифтов в фирменном

ПК- 2. Способен к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических параметров с использованием графических средств и приемов и реализации их на практике

78. Схема верстки в фирменном стиле
79. Требования к дизайну товарного знака
80. Что такое бренд-бук?
81. Что входит в структуру бренд-бука?

82. Что должно входить в инструкции по применению фирменного стиля?
83. Перечислите основные носители фирменного стиля
84. Функции фирменного стиля?
85. Задачи фирменного стиля?
86. Функции товарного знака
87. Основные типы товарных знаков
88. Что такое словесный товарный знак?
89. Охарактеризуйте изобразительный товарный знак
90. Что такое объемный товарный знак?
91. Значение цвета в фирменном стиле?
92. Условия применения фирменного шрифта или комплекта шрифтов в фирменном
93. Схема верстки в фирменном стиле
94. Требования к дизайну товарного знака
95. Что такое бренд-бук?
96. Что входит в структуру бренд-бука?
97. Что должно входить в инструкции по применению фирменного стиля?
98. Функции фирменного стиля?
99. Задачи фирменного стиля?
100. Основные типы товарных знаков