

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Коммуникационный веб-дизайн высокотехнологичных продуктов

(наименование)

Форма обучения: _____ очная

(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: _____ магистратура

(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: _____ 108 (3)

(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: _____ 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления)

Направленность: _____ Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных
отраслях

(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности создавать нематериальные активы (брендов) на основе самостоятельно проводимых исследований; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; управлять нематериальными активами (брендами) в организации, в т.ч. внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта в области визуальных коммуникаций.

Задачи дисциплины

Знать

- инструменты бренд-менеджмента (цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль);
- инструменты маркетинговых коммуникаций (цифровые визуальные коммуникации)
- организацию рекламного дела в цифровой среде;

Уметь

- использовать инструменты проектного управления успешными брендами (веб-сайты, цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль);
- формировать имидж и деловую репутацию организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта;
- продвигать товары (услуги) организации на рынок;

Владеть навыками

- разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации;
- использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций; разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);
- формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

коммуникационный веб-дизайн
фирменный стиль
дизайн в цифровой среде

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> инструменты бренд-менеджмента (цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль); инструменты маркетинговых коммуникаций (цифровые визуальные коммуникации) организацию рекламного дела в цифровой среде; 	<p>Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций</p>	Зачет
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> использовать инструменты проектного управления успешными брендами (веб-сайты, цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль); 	<p>Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить оценку стоимости брендов организации</p>	Кейс-задача
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций; разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); 	<p>Владеет навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; подготовки рекомендаций для принятия</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	Знает <ul style="list-style-type: none"> инструменты бренд-менеджмента (цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль); инструменты маркетинговых коммуникаций (цифровые визуальные коммуникации) 	Знает состав процесса стратегического и оперативного планирования: организацию рекламного дела	Зачет
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	Умеет <ul style="list-style-type: none"> использовать инструменты проектного управления успешными брендами (веб-сайты, цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль); формировать имидж и деловую репутацию организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; продвигать товары (услуги) организации на рынок; 	Умеет использовать инструменты проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта ; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; проводить анализ результативности коммуникационной политики	Кейс-задача
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	Владеет навыками <ul style="list-style-type: none"> формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта. 	Владеет навыками разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			(услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	28	28	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	10	10	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	16	16	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	80	80	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Цифровые визуальные коммуникации	4	0	0	8
<ul style="list-style-type: none"> • История возникновения и виды визуальных коммуникаций в сферах IT, Ядертех, Энерготех, Биомед, Промтех и других наукоемких индустриях. • особенности дизайна веб-интерфейсов; • принципы, стили и ключевые понятия дизайна; • классификация сайтов компаний в сфере IT по основному коммуникационному сообщению. 				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Основы веб-дизайна	3	0	4	8
<ul style="list-style-type: none"> модульные сетки, композиция; типографика, цвет, форма; контраст, адаптивность, инклюзивность. 				
Исследование пользователей	3	0	4	16
<ul style="list-style-type: none"> выявление потребности целевой аудитории; CusDev, пользовательские сценарии; навигация и архитектура сайта; управление вниманием пользователя. 				
Создание макета сайта	0	0	4	24
<ul style="list-style-type: none"> виды блоков и создание визуального концепта сайта; проектирование визуальных коммуникаций; создание UX макета сайта; создание UI макета сайта; итерационное тестирование макета сайта. 				
Создание сайта в конструкторе	0	0	4	24
<ul style="list-style-type: none"> базовые возможности конструкторов сайтов; создание сайта для компании в сфере IT; отслеживание ошибок в процессе разработки сайта; презентация сайта. 				
ИТОГО по 3-му семестру	10	0	16	80
ИТОГО по дисциплине	10	0	16	80

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Модульные сетки, композиция в веб-дизайне
2	Использование визуальных элементов в дизайне сайтов. Основы создания адаптивного и инклюзивного дизайна.
3	UX исследование, выявление ключевой потребности, CusDev
4	Навигация и архитектура сайта, управление вниманием пользователя
5	Создание UX макета сайта
6	Создание визуального языка сайта, копирайтинг навигационных элементов
7	Работа с конструкторами сайтов. Создание сайта для компании в сфере IT
8	Презентация сайта потенциальному заказчику

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Тимофеев Г. С., Тимофеева Е. В. Графический дизайн. Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. 319 с.	6
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Волкова В. В. Дизайн рекламы : учебное пособие / В. В. Волкова. - Москва Ростов-на-Дону: Университет, Феникс, 1999.	11
2	Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория : учебное пособие для вузов / Н.А. Ковешникова. - М.: Омега-Л, 2009.	5
2.2. Периодические издания		
	Не используется	

2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Е. А. Зиновьева Компьютерный дизайн. Векторная графика : Учебно-методическое пособие / Е. А. Зиновьева. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.	https://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks87161	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Основы и язык визуальной культуры : Учебное пособие / сост.: Н. П. Приказчикова, И. В. Беседина. - Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2014.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83966	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Ю. В. Веселова Графический дизайн рекламы. Плакат : Учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks84717	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	А. Д. Попов Графический дизайн : Учебное пособие / А. Д. Попов. - Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2016.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88380	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

Вид ПО	Наименование ПО
ПО для обработки изображений	Adobe Photoshop CS3 Russian (ПНИПУ 2008 г.)

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	экран, проектор, ноутбук	1
Практическое занятие	экран, проектор, ноутбук	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Коммуникационный веб-дизайн высокотехнологичных продуктов»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль)
образовательной программы:** Реклама и связи с общественностью в
высокотехнологичных отраслях

Квалификация выпускника: Магистр

Выпускающая кафедра: Иностранных языков и связей с
общественностью

Форма обучения: Очная

Курс: 2

Семестр: 3

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 108 ч.

Форма промежуточной аттестации:

3 семестр – зачет

Пермь 2023

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (3-го семестра учебного плана) и разбито на 5 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по практическим занятиям и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КЗ		Зачёт
Усвоенные знания						
3.1 знать инструменты бренд-менеджмента (цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль); • инструменты маркетинговых коммуникаций (цифровые визуальные коммуникации) • организацию рекламного дела в цифровой среде;		ТО		КЗ		ТВ
3.2 знать инструменты бренд-менеджмента (цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный веб-дизайн, фирменный стиль); • инструменты маркетинговых коммуникаций (цифровые визуальные коммуникации)		ТО		КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1 уметь использовать инструменты проектного управления успешными брендами (веб-сайты, цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный вебдизайн, фирменный стиль)				КЗ		ПЗ
У.2 уметь использовать инструменты проектного управления успешными брендами (веб-сайты, цифровые визуальные коммуникации, коммуникационный вебдизайн, фирменный стиль); • формировать имидж и деловую репутацию организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; • продвигать товары (услуги) организации на рынок;				КЗ		ПЗ
Приобретенные владения						
В.1 владеть навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; • использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций; разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);				КЗ		КЗ
В.2 владеть навыками формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта				КЗ		КЗ

и продукта.						
-------------	--	--	--	--	--	--

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме отчета по индивидуальному заданию (кейс-задача) после изучения отдельных тем учебной дисциплины.

2.2.1. Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача)

Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача) проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Типовые кейс-задачи:

1. Создание пользовательского пути – CJM.
2. Опишите портрет и квалификацию пользователя сайта на примере сайта инновационной компании.
3. Создание user-flow и Low-Fi макета сайта по брифу заказчика.
4. Опишите портрет и квалификацию пользователя сайта на примере сайта инновационной компании.
5. Построение гипотезы.
6. Создание эскиза сайта по брифу.
7. Устная презентация сайта заказчику. Работа с исправлениями, комментариями и возражениями.
8. Разработка блочного варианта сайта в конструкторе по брифу заказчика.
9. Разработка гайдлайна и первой страницы сайта компании

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения), как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

1. Проведите бриф-интервью с заказчиком и заполните форму.

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ САЙТА

(наименование проекта)

Общая информация

Фирма-заказчик	
Вид деятельности	
Слово для логотипа на рус., лат.	
Имеющиеся элементы фирменного стиля (если есть)	
Конкурентные преимущества компании (основные, дополнительные, перспективные)	
Ценовой диапазон товаров, услуг компании	
Продолжительность присутствия компании на рынке	
Конкуренты	

Целевая аудитория

Возраст	
Пол	
Семейный статус	
Социально-демографические характеристики	
Степень готовности к восприятию предлагаемой информации	
Степень заинтересованности в услугах/товарах компании	
Степень осведомленности о компании, о деятельности компании, о предлагаемых товарах/услугах	

Маркетинговые цели и задачи

--

Барьер в сознании потребителя, который необходимо преодолеть

--

Задание на разработку

Разработка или доработка сайта	
Сформулируйте основную задачу нового/доработанного сайта	

Укажите основные темы, которые следует отобразить в дизайне сайта	
Укажите темы, которых следует избегать в дизайне	

2. Согласно брифу создайте низкодетальный макет сайта, определите его архитектуру, постройте путь пользователя.
3. Согласно брифу проанализируйте сайты конкурентов компании на предмет удобства пользования десктопной и мобильной версии, наличие адаптивности и инклюзивности в дизайне, наличия основной информации, пути пользователя и доведения посетителя сайта до совершения целевого действия.
4. Согласно брифу создайте сайт с помощью любого инструмента по code разработки.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения запланированных работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Основа визуального информационного дизайна.
2. Инклюзивный дизайн и особенности визуального наполнения.

3. Создание портрета пользователя.
4. UX исследование, выявление ключевой потребности
5. Портрет пользователя и доведение до ключевого действия.
6. UX копирайтинг и навигационные элементы.
7. Визуальный язык сайта как способ создания коммуникационного сообщения.
8. Виды конструкторов сайта и по code разработка.
9. Сайты для IT как маркетинговый инструмент.
10. Сайты в B2B, B2C, B2B2C

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений и владений:

1. Создания пользовательского пути – CJM.
2. Опишите портрет и квалификацию пользователя сайта на примере сайта инновационной компании.
3. Создание user-flow и Low-Fi макета сайта по брифу заказчика.
4. Опишите портрет и квалификацию пользователя сайта на примере сайта инновационной компании.
5. Построение гипотезы.
6. Создание эскиза сайта по брифу.
7. Устная презентация сайта заказчику. Работа с исправлениями, комментариями и возражениями.
8. Разработка блочного варианта сайта в конструкторе по брифу заказчика.
9. Разработка гайдлайна и первой страницы сайта компании

Типовое комплексное задание для контроля приобретенных владений представлено в пункте 2.3.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля

в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.