

**Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения аттестации
по дисциплине «Фирменный стиль в архитектуре» программы профессиональной
переподготовки по направлению «Высшая школа средового дизайна»**

Таблица 1

**Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения
программы переподготовки**

Курс является краткосрочным повышением квалификации, коды компетенций не указываются.

№ п/п	Компетенции	Этап формирования компетенций в процессе освоения ОП	Характеристика этапов формирования компетенций в соответствии с РПД
	ОК: осознание социальной значимости своей проектной деятельности по созданию комфортной архитектуры и среды для жизнедеятельности людей, овладение высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности	I этап формирования	Знать: проявление философии бренда и фирменного стиля в архитектурных формах Уметь: творчески обосновать концепцию проекта
		II этап формирования	Владеть: навыками защиты проектных предложений
	ПК: Владение знаниями по разработке объёмно-планировочных и колористических решений в архитектуре, в соответствии с философией и фирменным стилем бренда. Соответствие проектного решения нормам «универсального дизайна» и правилам размещения информационных конструкций. Особенности согласования архитектурного проекта в фирменном стиле с клиентом.	I этап формирования	Знать: особенности объёмно-планировочных решений под задачи фирменного стиля Уметь: использовать Бренд-Бук, нормы и правила «Универсального дизайна» и размещения информационных конструкций
		II этап формирования	Владеть: вариативным проектированием в фирменном стиле с анализом психологического воздействия архитектурного пространства на потребителей и обоснованием лучшего из вариантов

Таблица 2

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания (шкала оценивания)	Критерий оценивания
«ЗАЧТЕНО»		
I этап формирования компетенций		
Знает	- систему разработки философии, психологии и графических элементов фирменного стиля бренда/корпорации, для возможности последующего использования их в архитектурно-проектном творчестве; - основные приёмы применения колористических и пластических решений, в соответствии с целевой аудиторией, фирменным стилем бренда/корпорации/мероприятия; - способы адаптации существующих зданий (их интерьеров, фасадов) и прилегающей территории для соответствия Бренд-буку фирмы/организации и существующим нормам и правилам РФ и г.Москвы; - новейшие тенденции в техническом и материальном оснащении архитектурных объектов актуализированные под решение задач соответствия фирменному стилю фирмы/организации	Компетенции сформированы полностью или частично. Содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой проекты разработаны, не содержат существенных ошибок, соблюдены требования

**Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения аттестации
по дисциплине «Фирменный стиль в архитектуре» программы профессиональной
переподготовки по направлению «Высшая школа средового дизайна»**

Таблица 1

**Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения
программы переподготовки**

Курс является краткосрочным повышением квалификации, коды компетенций не указываются.

№ п/п	Компетенции	Этап формирования компетенций в процессе освоения ОП	Характеристика этапов формирования компетенций в соответствии с РПД
	ОК: осознание социальной значимости своей проектной деятельности по созданию комфортной архитектуры и среды для жизнедеятельности людей, овладение высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности	I этап формирования	Знать: проявление философии бренда и фирменного стиля в архитектурных формах Уметь: творчески обосновать концепцию проекта
		II этап формирования	Владеть: навыками защиты проектных предложений
	ПК: Владение знаниями по разработке объёмно-планировочных и колористических решений в архитектуре, в соответствии с философией и фирменным стилем бренда. Соответствие проектного решения нормам «универсального дизайна» и правилам размещения информационных конструкций. Особенности согласования архитектурного проекта в фирменном стиле с клиентом.	I этап формирования	Знать: особенности объёмно-планировочных решений под задачи фирменного стиля Уметь: использовать Бренд-Бук, нормы и правила «Универсального дизайна» и размещения информационных конструкций
		II этап формирования	Владеть: вариативным проектированием в фирменном стиле с анализом психологического воздействия архитектурного пространства на потребителей и обоснованием лучшего из вариантов

Таблица 2

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Дескриптор компетенции	Показатель оценивания (шкала оценивания)	Критерий оценивания
«ЗАЧТЕНО»		
I этап формирования компетенций		
Знает	<ul style="list-style-type: none"> - систему разработки философии, психологии и графических элементов фирменного стиля бренда/корпорации, для возможности последующего использования их в архитектурно-проектном творчестве; - основные приёмы применения колористических и пластических решений, в соответствии с целевой аудиторией, фирменным стилем бренда/корпорации/мероприятия; - способы адаптации существующих зданий (их интерьеров, фасадов) и прилегающей территории для соответствия Бренд-буку фирмы/организации и существующим нормам и правилам РФ и г.Москвы; - новейшие тенденции в техническом и материальном оснащении архитектурных объектов актуализированные под решение задач соответствия фирменному стилю фирмы/организации 	<p>Компетенции сформированы полностью или частично.</p> <p>Содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой проекты разработаны, не содержат существенных ошибок, соблюдены требования</p>

Умеет	- составлять Бренд-бук фирмы/организации с включением описания типовых архитектурных решений зданий (интерьеров, фасадов) в фирменного стиле; - разрабатывать концепцию архитектурного проекта, в соответствии с фирменным стилем и целевой аудиторией; - обосновывать проектные решения адаптации существующего архитектурного объекта (интерьеры, фасады) и прилегающей территории к фирменному стилю и актуальным нормам и правилам РФ и г.Москвы;	подачи проектных работ.
II этап формирования компетенций		
Владеет	1) методами анализа и обобщения: - сведений из Бренд-бука, сайтов, публикаций и др. источников, в т.ч. в интернете; - «рынка» и конкурентов бренда и/или организации, для которой готовится проектное предложение; - современных технологий и материалов для строительства и оснащения общественных зданий и сооружений; 2) умением выдавать векторные и растровые файлы на производство, в соответствии с Техническими требованиями изготовителей; 3) разработкой комплексной презентации архитектурного проектного предложения, в соответствии с фирменным стилем заказчика.	
«НЕ ЗАЧТЕНО»		
I этап формирования компетенций		Содержание дисциплины освоено частично. Необходимые компетенции не сформированы, предусмотренные рабочей программой проекты выполнены с грубыми ошибками. При дополнительной самостоятельной работе над материалом дисциплины не возможно повышение качества выполнения проекта.
Знает	Компетенции по дисциплине «Фирменный стиль в архитектуре» не сформированы.	
Умеет	Компетенции по дисциплине «Фирменный стиль в архитектуре» не сформированы.	
II этап формирования компетенций		
Владеет	Компетенции по дисциплине «Фирменный стиль в архитектуре» не сформированы.	

Таблица 3
Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Контрольные вопросы/ Темы РГР (расчетно-графической работы) или ППР (практической письменной работы - реферата)/ темы курсового проекта/ Этапы тестирования (Т)
I этап формирования компетенций	
1	Осознание значимости философии бренда и фирменного стиля на архитектурный образ.
2	Понимание особенности восприятия колористических и пластических решений различными целевыми аудиториями.
3	Владение знаниями по использованию фирменного стиля в объёмно-планировочных решениях.
4	Умение применять фирменные цвета в колористических решениях архитектуры и её среды.
5	Понимание важности философии бренда в подборе материалов и техническом оснащении архитектурной среды.
6	Умение применять Бренд-бук в работе архитектора.
7	Владение знаниями норм и правил «универсального дизайна» и «безбарьерной среды».
8	Знание нормативных актов размещения информационных конструкций в Москве.
II этап формирования компетенций	
9	Разработка Бренд-бука для работы архитектора.
10	Способность разрабатывать концептуальные решения для последующей проработки логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные

	целевые аудитории.
11	Умение разрабатывать пластические и колористические решения логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под различные целевые аудитории.
12	Владение знаниями по созданию векторных и растровых элементов фирменного стиля компании.
13	Умение использовать графические элементы: векторные и растровые в решениях интерьеров и фасадов зданий. Знать основы технических требований для их изготовления.
14	Владение знаниями требований «универсального дизайна», необходимых для разработки объёмно-планировочных решений сооружений, их интерьеров и прилегающей территории.
15	Умение проектировать входную группу в фирменном стиле, с учётом требований «безбарьерной среды» и нормативных актов размещения информационных конструкций.
16	Способность разрабатывать концепции архитектурных решений выставочных павильонов, в соответствии с фирменным стилем и «интуитивным» дизайном.
17	Владение знаниями по разработке презентаций проекта, в соответствии с психологией бренда и фирменным стилем.

Таблица 4

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

Процедура оценивания – порядок действий при подготовке и проведении аттестационных испытаний и формировании оценки

Элементы процедуры оценивания	Порядок действий	Количество баллов	Форма аттестации		Критерии оценивания в соответствии с этапами освоения компетенций
			Промежуточная аттестация	Текущая аттестация	
РГР по разработке концепций для последующей проработки логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории	Получение задания, начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов построения форм (з, у, н)
РГР по разработке пластических и колористических решений логотипа/интерьера/здания, в соответствии с психологией выбранного бренда и под три различные целевые аудитории с использованием графических элементов: векторных и растровых	Получение задания, начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов построения форм (з, у, н)
РГР по разработке векторных и растровых элементов фирменного стиля для Бренд-бука выбранной компании	Получение задания, начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов построения форм (з, у, н)
РГР по разработке объёмно-планировочного решения	Получение задания,	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов

прилегающей территории, в соответствии с фирменным стилем и требованиями «универсального дизайна»	начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы				построения форм (з, у, н)
РГР проекта входной группы в фирменном стиле, с учётом требований «безбарьерной среды»	Получение задания, начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов построения форм (з, у, н)
РГР по созданию концепции архитектурного решения выставочного павильона, в соответствии с фирменным стилем и «интуитивной» навигацией	Получение задания, начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов построения форм (з, у, н)
РГР по разработке вариантов презентации проекта, в соответствии с психологией бренда и фирменным стилем	Получение задания, начало выполнения, консультации с педагогом, корректировка замечаний, представление завершённой работы	зачет	–	+	Корректность проектных материалов, элементов построения форм (з, у, н)
Устный ответ на контрольные вопросы		зачет	–	+	Корректность контрольных ответов (з, у, н)
З – знания, у- умения; н – навыки; од – опыт деятельности; РГР – расчётно-графическая работа, приравненная к Klausure					

Таблица 5

Описание шкалы оценки с указанием форм и сроков контроля процесса освоения программы переподготовки

Вид занятий: лекционно-практическое			
	Шкала оценки	Предлагаемые формы контроля	Предлагаемые сроки проведения контрольной оценки
1	Зачтено/не зачтено	<ul style="list-style-type: none"> - Устный ответ (У); - Расчётно-графическая работа (приравнивается к Klausure или короткому проекту) РГР; - Групповой просмотр преподавателем дисциплины (ГПР-1) 	- Итоговая аттестация по итогам модуля