Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 18.09.2025 15:28:38
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет «Транспортный»

УТВЕРЖДАЮ
И.о. декана
_____ /М.Р. Рыбакова/
«27» февраля 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Философия бренда в автомобилестроении

Направление подготовки
54.03.01 «Дизайн»

Профиль
«Транспортный и промышленный дизайн»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
очная

Москва, 2025 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению подготовки **54.03.01 «Дизайн»**, профиль подготовки **«Транспортный дизайн».**

Программу составили:



Преподаватель В.В.Евдаков

Программа дисциплины «Философия бренда в автомобилестроении» по направлению подготовки **54.03.01 «Дизайн», профиль подготовки «Транспортный дизайн»** утверждена на заседании кафедры Дизайн «27» января 2025 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой  /Ю.А. Черненко/

1. **Цели освоения дисциплины**.

К **основным целям** освоения дисциплины «Философия бренда в автомобилестроении» следует отнести:

- воспитание у студентов художественного вкуса; создании представления о развитии дизайна и философии различных брендов;
- изучение национальных моделей, концепций и направлений дизайна, их отличительных особенностях, тенденциях в современном промышленном дизайне и маркетинге;
- дизайнерском осмысление процесса формирования бренда;
- в изучении принципов формирования классических теорий и концепций в промышленном дизайне для использования их в практической дизайнерской деятельности; получении основ методик дизайн – проектирования в различных областях брэндинга, знакомстве с методами разработки айдентики.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Философия бренда в автомобилестроении» следует отнести:

- знакомстве с методами разработки айдентики;
- получении навыков работы в области дизайн – исследований.

2. **Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.**

Дисциплина «Философия бренда в автомобилестроении» относится к числу профессиональных учебных дисциплин по выбору вариативной части (Б1.1.2.7) основной образовательной программы бакалавриата.

Данная дисциплина необходима для успешной работы при выполнении курсовых проектов по основным профессиональным дисциплинам и будущего взаимодействия внутри коллектива на производстве.

Дисциплина «Философия бренда в автомобилестроении» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

В вариативной части базового цикла (Б1.1.13):

– Проектирование;

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	**В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-2	Способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	**знать:** ● стратегические цели бренда **уметь:** ● Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна **владеть:** ● Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности
ОК-1	Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	**знать:** ● представление о маркетинге и его влиянии на работу дизайнера **уметь:** ● Зрительно отличать национальные проявления различных концепций в визуальных искусствах и дизайне. **владеть:** ● Выстраиванием визуального ряда исторического развития брендов и их философии

4. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, т.е. 72 академических часа (из них 36 часа – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины «Философия бренда в автомобилестроении» изучаются на втором курсе во 3-м семестре, где лекции – 1 ак. часа в неделю (18 часов), лабораторная работа – 1 ак. часа в неделю (18 часов), форма контроля – экзамен.

Содержание разделов дисциплины:

Занятия включают в себя лекционную часть и показ изобразительного материала. Материал изложен в хронологическом порядке с учетом наиболее выдающихся образцов промышленных изделий. В ходе лекций и лабораторных работ студенты сформируют представление об эволюции философии дизайна, роли брендинга и маркетинга в работе дизайнера, формировании брендов и айдентики, их концепций и стилей. Научатся определять принадлежность вещей к различным стилистическим и концептуальным направлениям и выделять их особенности, выстраивать изобразительный ряд, проводить исторический и дизайн – анализ различных брендов, применять полученные знания при практическом проектировании.

Второй семестр

1. Обзор понятия бренд и примеров. Поиск и выбор бренда

2. Историческое наследие бренда. Идентичность бренда: ценности и ДНК. Исследование истории бренда

3. Методология выявление ценностей и ДНК бренда. Исследование ценностей и ДНК бренда

4. Связь бренда и дизайна. Анализ дизайна автомобилей. Анализ дизайна автомобилей

5. Факторы влияющие на развитие бренда. Исследование перспективных ниш для бренда

6. Выражение ценностей бренда и развитие ДНК в новых проектных условиях. Разработка дизайна автомобиля для перспективной ниши

7. Разработка идентичности бренда

8. Поиск универсальных решений масштабируемых на разных классах автомобилей. Обзор модельного ряда автомобилей и ряда масштабируемых решений

9. Практическое применение решений ДНК на модельном ряду. Разработка бренда и модельного ряда автомобилей

5. Образовательные технологии.

Методика преподавания дисциплины «Философия бренда в автомобилестроении» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий

в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

– подготовка к выполнению лабораторных работ;

– защита и индивидуальное обсуждение выполняемых этапов практического задания;

– подготовка, представление и обсуждение презентаций на практических занятиях;

– организация и проведение текущего контроля знаний студентов в проверочной работе;

– проведение мастер-классов экспертов и специалистов по конструкции автомобиля.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

В процессе обучения используются следующие оценочные формы лабораторной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

Выполнение графической работы и презентации по историческому исследованию бренда, выявлению элементов фирменного стиля и дизайн – анализу бренда. **6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).**

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	**В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать**

ПК-2	Способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи
ОК-1	Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

ПК-2- Способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: стратегические цели бренда	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: стратегические цели бренда	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: стратегические цели бренда Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: стратегические цели бренда, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: стратегические цели бренда, свободно оперирует приобре-тенными

		испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.		знаниями.
уметь: Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна

владеть: Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности	Обучающийся владеет Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении данных	Обучающийся частично владеет Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при её быстрой	Обучающийся в полном объеме владеет Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности, свободно

		приемов	разработке	применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.
ОК-4 - Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции				
знать: представление о маркетинге и его влиянии на работу дизайнера	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: виды транспортных средств, их классификации, конструкция, виды компоновки	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: виды транспортных средств, их классификации, конструкция, виды компоновки.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: виды транспортных средств, их классификации, конструкция, виды компоновки	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: виды транспортных средств, их классификации, конструкция, виды компоновки
уметь: зрительно отличать национальные проявления различных концепций в визуальных искусствах и дизайне.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет проводить анализ характерных особенностей видов компоновок и их влияния на формообразование транспортного средства	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: проводить анализ характерных особенностей видов компоновок и их влияния на формообразование транспортного средства	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: проводить анализ характерных особенностей видов компоновок и их влияния на формообразование транспортного средства	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: проводить анализ характерных особенностей видов компоновок и их влияния на формообразование транспортного средства

владеть: Выстраивани ем визуального ряда историческог о развития брендов и их философии	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет Выстраиванием визуального ряда исторического развития брендов и их философии	Обучающийся владеет Выстраиванием визуального ряда исторического развития брендов и их философии, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет Выстраиванием визуального ряда исторического развития брендов и их философии, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет Выстраиванием визуального ряда исторического развития брендов и их философии, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Философия бренда в автомобилестроении» – прошли промежуточный контроль.

Шкала оценивания	***Описание***

Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.
Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения итоговой аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ПК-2	Способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи
ОК-4	Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Брендинг в рекламе: учеб. Программа https://reader.lanbook.com/book/326657
2. Евстигнеева Т. В.
   Основы бренд-менеджмента: практикум https://reader.lanbook.com/book/322859
3. Эффективность рекламной и pr деятельности: Учебное пособие для студентов https://reader.lanbook.com/book/269480

б) дополнительная литература:

4. Лакшим Бхаскаран. Дизайн и время. Ар – родник, 2005.

5. Дональд Норманн. Дизайн привычных вещей. М. Вильямс, 2006.
6. Журнал «Form», I.D. – Internetion Design.

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы: www.simkom.com/sketchsite

г) электроннные образовательные ресурсы

Название ЭОР	**Ссылка на ЭОР**
Философия в бренда автомобилестроении	https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=5743

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

- Специализированные столы для выполнения поисковых эскизов и демонстрационных рисунков.
- Персональные компьютеры с устройством ввода WACOM.
- Программы 3D моделирования (Alias Studio) и работы с векторной и растровой графикой (Adobe Photoshop, Corel DRAW X3).
- Средства вывода информации (принтер, плоттер, копир).
- Сетевой выход и Интернет.

9. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов: 1. ГОСТ 2.419-68, «Правила выполнения документации при плазовом методе производства». 2. «H-POINT» the fundamentals of car design & packaging

10. Методические рекомендации для преподавателя:

3. «H-POINT» the fundamentals of car design & packaging

Приложение 1. **Структура и содержание дисциплины «Философия бренда в автомобилестроении» по направлению подготовки**

54.03.01 «Дизайн» (бакалавр)

n/n	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.Р.	К.П.	РГР	Реферат	К/р	Э	З
	Первый семестр														
1.1	**Лекция: Обзор понятия бренд и примеров Лабораторная работа: Поиск и выбор бренда**	2	1-2	2		2	4				4				
1.2	**Лекция: Историческое наследие бренда. Идентичность бренда: ценности и ДНК Лабораторная работа: Исследование истории бренда**	2	3-4	2		2	4				4				

1.3	**Лекция: Методология выявление ценностей и ДНК бренда Лабораторная работа: Исследование ценностей и ДНК бренда**	**2**	**4**	**2**		**2**	**4**				**4**			
1.4	**Лекция: Связь бренда и дизайна. Анализ дизайна автомобилей Лабораторная работа: Анализ дизайна автомобилей**	**2**	**5-6**	**2**		**2**	**4**				**4**			
1.5	**Лекция: Факторы влияющие на развитие бренда Лабораторная работа: Исследование перспективных ниш для бренда**	**2**	**6**	**2**		**2**	**4**				**4**			

1.6	**Лекция: Выражение ценностей бренда и развитие ДНК в новых проектных условиях Лабораторная работа: Разработка дизайна автомобиля для перспективной ниши**	**2**	**7-8**	**2**		**2**	**4**				**4**				
1.7	**Лекция: Разработка идентичности бренда Лабораторная работа: Разработка идентичности бренда**	**2**	**7**	**2**		**2**	**4**				**4**				
1.8	**Лекция: Поиск универсальных решений масштабируемых на разных классах автомобилей Лабораторная работа: Обзор модельного ряда автомобилей и ряда масштабируемых решений**	**2**	**9-10**	**2**		**2**	**4**				**4**				
1.9	**Лекция: Практическое применение решений ДНК на модельном ряду Лабораторная работа: Разработка бренда и модельного ряда автомобилей**	**2**	**10**	**2**		**2**	**4**				**4**				
	Форма аттестации		**19-25**											**Э**	

	Всего часов по дисциплине во втором семестре			**18**		**18**	**36**				**36**				

Приложение 1 к рабочей программе МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 54.03.01 ДИЗАЙН ОП (профиль): «Дизайн транспортных средств» Форма обучения: очная Вид профессиональной деятельности: (В соответствии с ФГОС ВО)

Кафедра: Дизайн

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

«Философия бренда в автомобилестроении»

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств

2. Описание оценочных средств:

1. Показатель уровня сформированности компетенции 2.

Перечень оценочных средств по дисциплине.

Составители:  Изотов А.С.

Москва, 2024 год

Таблица 1

Показатель уровня сформированности компетенции

Философия бренда в автомобилестроении					
ФГОС ВО **54.03.01 «Дизайн»**					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **профессиональные** и **общекультурные компетенции**:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технология формирования**	**Форма оценочного средства***	**Степени уровней освоения компетенций**
ИНДЕКС	**ФОРМУЛИРОВКА**				

			компетенций	*****	

ПК-2	***Способность*** *обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи*	**Знать:** - стратегические цели бренда **Уметь:** - Проводить дизайн – исследования в различных областях промышленного дизайна **Владеть*:*** - Использованием теории, концепции и философии бренда в практической дизайнерской деятельности	лабораторная работа, лекции	Д И К - З К - С Д С У О Э с с е	**Базовый уровень** - демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: Основных принципов проектирования транспортных средств, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях. **Повышенный уровень** - демонстрирует полное соответствие следующих знаний: Основных принципов проектирования транспортных средств, свободно оперирует приобретенными знаниями.

ОК-1	***Способностью*** *использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческо й позиции*	**Знать:** -представление о маркетинге и его влиянии на работу дизайнера **Уметь:** в зависимости от типа разрабатываемого транспортного средства, создать компоновочную схему с учетом анализа его характерных особенностей и технологий его производства **Владеть:** методами формирования оптимальных компоновочных схем	лаборат орная работа, лекции	К - З П Т р Д С	**Базовый уровень:** воспроизводство полученных знаний в ходе текущего контроля **Повышенный уровень:** практическое применение полученных знаний в процессе подготовки к семинарам, к выступлению с докладом

**- Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 2 к РП

.Приложение 2

к рабочей программе

Перечень оценочных средств по дисциплине «Философия бренда в автомобилестроении»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Деловая и/или ролевая игра (ДИ)	Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работника с целью решения учебных и профессионально - ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Выявление алгоритма формирования философии бренда
2	Кейс-задача (К-З)	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Распределение студентов на подгруппы с целью выявления каждой из групп перспективных технических новшеств по блокам: ДВС, трансмиссия, подвеска, кузов, движитель.
3	Коллоквиум (К)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования педагогического работника с обучающимися.	Отсутствует
4	Контрольная работа (К/Р)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Отсутствует

5	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (К-С)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Обсуждение темы лекции
6	Проект (П)	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Выполнение аналитической работы в рамках курсового проекта по предмету «Проектирование».
7	Рабочая тетрадь (РТ)	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Отсутствует

8	Разноуровневые задачи и задания (РЗЗ)	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала(базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно- следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Отсутствует
9	Расчетно-графическая работа (РГР)	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Отсутствует
10	Реферат (Р)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно- исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Отсутствует

11	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно- практической, учебно-исследовательской или научной темы	Выполняется по темам лекции
12	Устный опрос собеседование, (УО)	Средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	В период промежуточной аттестации обсуждение с преподавателем уровня готовности компоновочного чертежа
13	Творческое задание (ТЗ)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Отсутствует
14	Тест (Т)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизиров ать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Отсутствует
15	Тренажер (Тр)	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных студен том профессиональных навыков и умений по управлению конкретным материальным объектом.	Отсутствует.

16	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Рассуждение на тему различных брендов