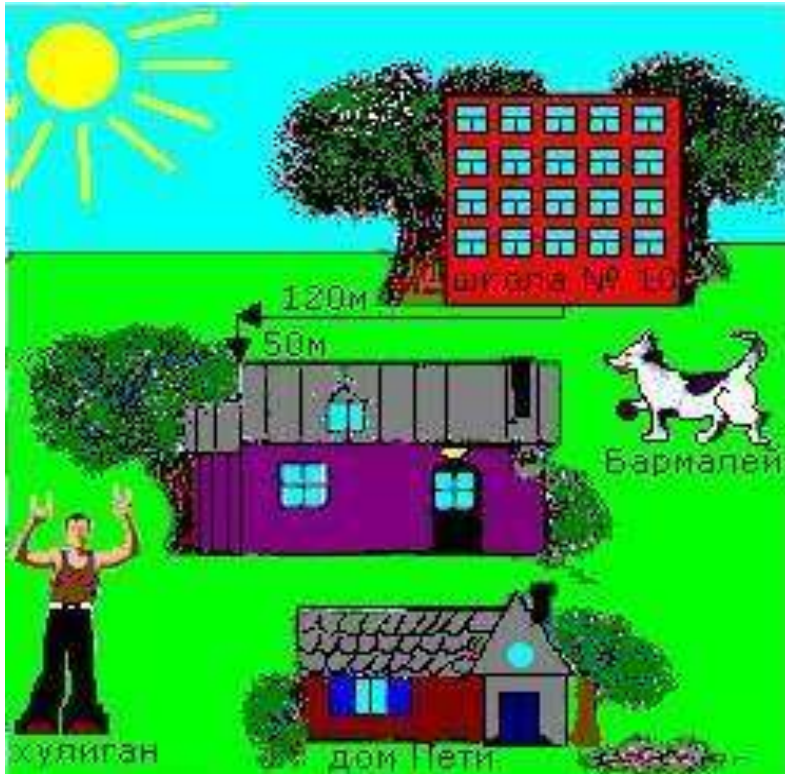


Оценочные материалы для проверки достижений предметных результатов по технологии в 5 классе.

Задание 1: Построить блок-схему для разветвляющегося алгоритма

Вариант 1 (уровень «продвинутый»)



Вариант 2 (уровень «стандарт»)

Составить блок-схемы и словесный алгоритм для следующих задач.

1. Вам даны три совершенно одинаковых внешне монеты. Среди них одна фальшивая. Она меньше по весу. Определите с помощью чашечных весов за одно взвешивание какая из монет фальшивая.
2. Красная Шапочка гуляла по лесу и собирала цветочки. Она сорвала 5 колокольчиков, 6 незабудок и 4 василька. Навстречу шел Серый Волк. «Милая девочка, поделись со мной цветами. Если у тебя больше 7 цветочков, то отдай мне 5, а иначе подари хотя бы №. Сколько цветов осталось в букете у Красной Шапочки?

Задание 2. Создание рекламного продукта

Создайте рекламную продукцию (буклет, листовку, объявление, презентационные материалы для предприятия или фирмы).

Памятка по созданию рекламного продукта

Разработка качественного рекламного продукта требует соблюдения ряда принципов, которые неизменны для рекламы любого типа.

Реклама должна быть информативной

Что занимается фирма. Какие товары производит или оказывает услуги. Эффективность данного выбора возрастает в случае наличия уникальных свойств у рекламируемого продукта.

Место. Сообщается о местонахождении объекта.

Зарплата. Бонусы. Наличие соц.пакета.

Что-то необычное. Например, скидки, подарки, распродажи.

Уважение к потенциальному потребителю.

Создать дружеское расположение потенциального потребителя по отношению к рекламодателю, его товару или услуге.

Понятие правдивости и достоверности приводимой в рекламе информации. **Определение целевой группы**

Соответствие морально-этическим нормам и культурным традициям, доминирующим в месте проведения рекламной акции

Форма представления рекламной информации должна обеспечивать легкость и быстроту её восприятия.

Задание 3.

В зависимости от требований растений к освещённости все комнатные растения условно можно разделить на три большие группы: *Выберите несколько из 6 вариантов ответа:*

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1) тенелюбивые | 2) светолюбивые |
| 3) солнцелюбивые | 4) теневыносливые |
| 5) ночелюбивые | 6) солнцелюбивые |

Задание 4.

Вопрос:

Представителем декоративно-цветущих растений является ...

Составьте слово из букв:

ИХДЕОРЯ -> _____

Задание 5

Вопрос:

Продолжите фразу:

Светолюбивые растения ...

Выберите один из 3 вариантов ответа:

- 1) требуют много света и способны переносить лишь незначительное потемнение
- 2) хорошо развиваются в условиях нормального освещения, но могут при этом переносить и затемнение
- 3) не выносят сильного света

Вариант Б.

1. Назовите особенности технологии сельского хозяйства.
2. Перечислите основные строительные технологии. 3. Раскройте понятие «Холодильное оборудование».
4. Раскройте понятие «Инновационные технологии».
5. Перечислите отличительные особенности эскиза и чертежа.
6. Определите, что входит в поисковый этап проекта.
7. Определите, что входит в технологический этап.
8. Раскройте понятие «блок-схема», приведите примеры.
9. Назовите современные технологии изготовления мебели.
10. Создайте рекламный продукт (*буклет, листовку, объявление, презентационные материалы для предприятия или фирмы*).

Памятка по созданию рекламного продукта

Разработка качественного рекламного продукта требует соблюдения ряда принципов, которые неизменны для рекламы любого типа.

Реклама должна быть информативной

Что занимается фирма. Какие товары производит или оказывает услуги. Эффективность данного выбора возрастает в случае наличия уникальных свойств у рекламируемого продукта.

Место. Сообщается о местонахождении объекта.

Зарплата. Бонусы. Наличие соц. пакета.

Что-то необычное. Например, скидки, подарки, распродажи.

Уважение к потенциальному потребителю.

Создать дружеское расположение потенциального потребителя по отношению к рекламодателю, его товару или услуге.

Понятие правдивости и достоверности приводимой в рекламе информации. Определение целевой группы

Соответствие морально-этическим нормам и культурным традициям, доминирующим в месте проведения рекламной акции

. Форма представления рекламной информации должна обеспечивать легкость и быстроту её восприятия.