1. ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ ФИРМЕННЫЙ ЗНАК ОТ ДЕКОРАТИВНОГО ЗНАКА?

а) фирменный знак имеет свою систему пропорциональных закономерностей (систему построения);

б) фирменный знак имеет больше декоративных элементов в своем наполнении;

в) фирменный знак может трансформироваться и изменять цвета. г) фирменный знак обладает большой иллюстративностью

(Эталон: а)

1. КАКОЙ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ВАРИАНТ НЕ ВХОДИТ В ПОНЯТИЕ

«ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ»?

а) Логотип; б) Кернинг;

в) Фирменный знак; г) Фирменный блок;

(Эталон: б)

1. БРЕНД – ЭТО…?

а) Комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик продукта либо услуги, который отличает товар или услугу одного продавца от товаров или услуг других продавцов;

б) Графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме.

в) Направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования, с целью формирования или поддержания интереса к нему.

г) Любая вещь, которая участвует в свободном обмене на другие вещи; продукт, произведённый для продажи.

(Эталон: а)

1. КАКУЮ ЦВЕТОВУЮ МОДЕЛЬ НУЖНО ВЫБРАТЬ, ЕСЛИ ВЫ ОТДАЕТЕ ФАЙЛ НА ПЕЧАТЬ?

а) RGB;

б) lab;

в) CMYK; г) XYZ.

(Эталон: в)

1. В КАКОМ ГРАФИЧЕСКОМ РЕДАКТОРЕ ЛУЧШЕ РАБОТАТЬ С РАСТРОВЫМИ ИЗОБРАЖЕНИЯМИ:

а) Adobe Photoshop; б) Adobe illustrator; в) Adode Indesign;

г) Adobe FlashPlayer. (Эталон: а)

1. ГРОТЕСКИ – ЭТО …?

а) Класс типографских наборных шрифтов с засечками, появившийся в эпоху Возрождения в Западной Европе;

б) Рубленый шрифт — шрифт без засечек. Гарнитура шрифта, с равной толщиной всех штрихов;

в) Шрифт c мощными засечками прямоугольной формы без скруглений или с небольшим скруглением в местах присоединения к основным штрихам;

г) Комплект шрифтов общего одного рисунка, но разных размеров и начертаний, и имеющих определённое название.

(Эталон: б)

1. КАКОВА ЦЕЛЬ НАПИСАНИЯ АННОТАЦИИ В НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ?

а) Дать краткое описание всего процесса исследования;

б) Обработка информации с последующими рекомендациями по теме; в) Подробно описать использованные методы и инструменты;

г) Привести только результаты исследования. (Эталон: а)

1. КАКУЮ РОЛЬ ИГРАЮТ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ?

а) Помогают только в поиске структурированных данных;

б) Являются основой для получения всей имеющийся информации по теме исследования для ее дальнейшего анализа;

в) Не играют важной роли в исследовании;

г) Используются только для подтверждения нужных тебе фактов. (Эталон: б)

1. КАКОЙ ИЗ НИЖЕПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЯВЛЯЕТСЯ ЧАСТЬЮ ОФОРМЛЕНИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ?

а) Содержание;

б) Индивидуальный план; в) Календарный план;

г) Художественное описание объекта исследования. (Эталон: а)

1. КАКИМ ОБРАЗОМ МОЖНО ОЦЕНИТЬ КАЧЕСТВО НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ?

а) По количеству использованных источников;

б) По соответствию результатов ожиданиям; в) По объему полученных данных;

г) По соответствию целям и задачам, адекватности методологии и обоснованности выводов.

(Эталон: г)

1. ПЕРЕЧИСЛИТЕ ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

а) проектно-исследовательский этап

б) Творческо - экспериментальный этап

в) этап моделирования творческой концепт

г) описательный этап

(Эталон: а, б, в)

1. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ - ЭТО

(Эталон: разработка основной образной идеи будущего проекта).

1. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ - ЭТО

(Эталон: группа лиц, потенциально заинтересованных в покупке вашего продукта)