

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.07.2026 10:00:12
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce/bb8a25c0babb55e0e58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**КОМПЛЕКТ
ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАН-
НОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ЭЛЕКТИВНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.ДЭ.08.01 КОНСТРУИРОВАНИЕ УПАКОВКИ

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Графический дизайн и брендинг

Квалификация выпускника: Бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Конструирование упаковки» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-1.Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач
	УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
	УК-1.3. Владеет методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач
ПК-1.Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований при создании продукта	ПК-1.1. Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-1.2. Проводит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-1.3. Оформляет результаты дизайнерских исследований и формирует предложения по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
ПК-2.Способен конструировать элементы продукта с учетом эргономических требований	ПК-2.1. Разрабатывает художественно-конструкторские проекты продуктов, обеспечивает высокий уровень потребительских свойств и эстетических качеств проектируемых конструкций, соответствующих технико-экономическим и эргономическим требованиям с использованием компьютерных программ
	ПК-2.2. Подготавливает данные для расчетов экономического обоснования предлагаемой конструкции (модели изделия)
	ПК-2.3. Разрабатывает необходимую техническую документацию на проектируемое изделие, участвует в подготовке пояснительных записок к проектам и защите

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.1. Знает методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач

4 семестр

1. Что такое упаковка?

а) Носитель рекламной информации

- b) Способ транспортировки товара
- c) Услуга по хранению товара

2. Какую основную функцию выполняет упаковка?

- a) **Защита товара от повреждений**
- b) Увеличение стоимости товара
- c) Сокращение срока хранения

3. Какой из следующих видов упаковки считается вторичной?

- a) **Пластиковая бутылка**
- b) Коробка для обуви
- c) Пакет из бумаги для продуктов

4. Какой элемент упаковки чаще всего используется для передачи рекламной информации?

- a) **Этикетка**
- b) Упаковочная пленка
- c) Картонная коробка

5. Какой из перечисленных факторов не влияет на выбор упаковки?

- a) Стоимость упаковки
- b) Цвет упаковки
- c) **Место производства товара**

6. Как упаковка может влиять на решение потребителя о покупке товара?

Правильный ответ: Упаковка влияет на решение покупателя, формируя первое впечатление, вызывая эмоции, сообщая о ценности и качестве продукта, выделяя его среди конкурентов и стимулируя импульсивные покупки; качественный дизайн, удобство и информативность упаковки создают доверие и лояльность к бренду.

7. Какова ключевая роль упаковки в брендинге?

- a) Только защита товара от повреждений.
- b) **Идентификация бренда, выделение товара среди конкурентов, передача сообщений потребителю**
- c) Снижение себестоимости продукции.
- d) Упрощение логистики.

8. Может ли упаковка выражать «личность» бренда?

- a) Нет, это задача рекламы и слоганов.
- b) **Да, через цвет, форму, фактуру и графические элементы**
- c) Только если на ней размещён портрет основателя.
- d) Только в премиум-сегменте.

9. Какие методики сбора и обработки информации могут быть применены для изучения предпочтений потребителей в отношении упаковки?

Правильный ответ: Для изучения предпочтений потребителей в упаковке применяют как качественные (фокус-группы, глубинные интервью, наблюдения), так и количественные (опросы, тестирование в торговой точке, холл-тесты) методы, а также эксперименты (например, А/В-тестирование вариантов) для сбора информации о восприятии дизайна, удобства и функциональности, а для обработки используют статистический анализ, контент-анализ и сегментацию

10. Объясните, как упаковка может быть классифицирована по различным критериям. Приведите примеры.

Правильный ответ: Упаковка классифицируется по **назначению** (потребительская, транспортная), **материалу** (бумага, пластик, стекло, металл), **конструкции** (коробки, бутылки, пакеты), **форме** (цилиндрическая, прямоугольная) и **физическим свойствам** (жесткая, мягкая, герметичная, комбинированная). Например, **жесткая потребительская** упаковка – стеклянная банка для сока, а **мягкая транспортная** – полиэтиленовый мешок для сыпучих грузов.

5 Семестр

1. Какой из следующих материалов чаще всего используется для изготовления упаковки?

- a) Стекло
- b) Картон**
- c) Металл

2. Какое преимущество имеет гофрокартон по сравнению с обычным картоном?

- a) Он более тяжелый
- b) Он более прочный и устойчив к повреждениям**
- c) Он дороже в производстве

3. Что из перечисленного является важным аспектом конструкции упаковки?

- a) Цвет упаковки
- b) Форма упаковки и ее возможность идентификации продукта**
- c) Дата производства

4. Какое свойство упаковки обеспечивает удобство в эксплуатации?

- a) Эстетический дизайн
- b) Легкость открывания и закрывания упаковки**
- c) Указание срока годности

5. Что подразумевается под вторичным использованием упаковки?

- a) Упаковка, которая может быть использована для хранения других товаров**
- b) Упаковка, которая предназначена только для одноразового использования
- c) Упаковка, которая не может быть переработана

6. Какой метод сбора информации может помочь в оценке удобства упаковки?

- a) Опрос потребителей**
- b) Анализ финансовых отчетов
- c) Изучение истории компании

7. Какой из следующих аспектов не относится к конструктивным особенностям тары?

- a) Устойчивость к внешним воздействиям
- b) Внешний вид упаковки
- c) Состав материала упаковки**

8. Что такое идентификационные возможности упаковки?

- a) Способность упаковки выделяться на полке магазина
- b) Возможность упаковки сообщать информацию о продукте**
- c) Упаковка, которая не требует маркировки

9. Какой из следующих материалов является наиболее экологически чистым для упаковки?

- a) Пластик
- b) Картон**
- c) Металл

10. Какое из следующих утверждений верно относительно конструирования тары из гофрокартона?

- a) Гофрокартон не подходит для тяжелых грузов
- b) Гофрокартон может быть использован для создания легких и прочных упаковок**
- c) Гофрокартон не поддается переработке

УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности

4 семестр

1. Какой из следующих факторов является ключевым в восприятии упаковки потребителем?

- a) Цвет и дизайн**
- b) Вес упаковки
- c) Размер упаковки

2. Какой тип ассоциаций чаще всего используется в рекламе для создания положительного имиджа продукта?

- a) Негативные ассоциации
- b) Положительные ассоциации**
- c) Нейтральные ассоциации

3. Какой из следующих элементов упаковки может служить инструментом для создания эмоционального отклика у потребителя?

- a) Информация о составе
- b) Дизайн и визуальные элементы**
- c) Указание срока годности

4. Какая задача решается, если упаковка подчёркивает статусность продукта (например, матовая чёрная коробка с тиснением)?

- a) информирование о составе
- b) создание престижного имиджа**
- c) упрощение транспортировки
- d) снижение себестоимости

5. Какой из следующих аспектов психологии рекламы относится к мотивации потребителей?

- a) Информирование о новинках
- b) Создание потребности**
- c) Указание цены

6. Какую социально-психологическую функцию выполняет упаковка с яркими детскими персонажами для сока?

- a) позиционирование как премиум-продукта
- b) формирование чувства принадлежности к группе (дети/родители)**
- c) демонстрация экологичности
- d) минимизация логистических затрат

7. Какой из следующих типов упаковки чаще всего используется для создания уникального имиджа бренда?

- a) Стандартная упаковка
- b) Индивидуальная упаковка**
- c) Упаковка для оптовых поставок

8. Какое психологическое воздействие используется для привлечения внимания к продукту через упаковку?

- a) Привлечение через цвет и форму**
- b) Привлечение через текст
- c) Привлечение через цену

9. Какой из следующих факторов влияет на восприятие рекламы упаковки у различных социальных групп?

- a) Возраст и пол**
- b) Место проживания
- c) Уровень дохода

10. Какое из следующих утверждений о рекламе является верным?

- a) Реклама не влияет на выбор потребителя
- b) Реклама может формировать ассоциации и предпочтения**
- c) Реклама всегда должна быть правдивой

5 семестр.

1. Вы запускаете премиальный бренд косметики в Китае. Какой цвет упаковки будет наиболее прочно ассоциироваться с удачей и процветанием?

- a) Белый
- b) Красный**
- c) Синий
- d) Зеленый

2. Какой из следующих цветов считается наиболее привлекательным для молодежной аудитории?
 - a) Серый
 - b) Пастельные тона
 - c) Яркие цвета, такие как розовый и фиолетовый
3. Какой метод исследования наиболее эффективен для выявления предпочтений потребителей по цвету упаковки?
 - a) Интервьюирование
 - b) Анализ финансовых отчетов
 - c) Опрос сотрудников компании
4. Какой цвет чаще всего используется для упаковки продуктов питания, чтобы вызвать аппетит?
 - a) Синий
 - b) Красный
 - c) Черный
5. Что из перечисленного не является традиционным использованием цвета в упаковке?
 - a) Золотой цвет для премиум-продуктов
 - b) Черный цвет для упаковки продуктов с низким качеством
 - c) Белый цвет для молочных продуктов
6. Какой возрастной группе обычно нравятся яркие и насыщенные цвета?
 - a) Пожилым людям
 - b) Подросткам и молодежи
 - c) Взрослым от 30 до 50 лет
7. Какие факторы, помимо цвета, могут влиять на решение потребителей о покупке товара?
8. Какой цвет часто ассоциируется с доверием и надежностью в упаковке?
 - a) Красный
 - b) Синий
 - c) Желтый
9. Какой из следующих факторов не влияет на восприятие цвета упаковки?
 - a) Культурные особенности
 - b) Время суток
 - c) Пол потребителя
10. Какой метод исследования помогает понять, как цвет упаковки влияет на поведение потребителей?
 - a) Опрос о ценах
 - b) Наблюдение за покупательским поведением
 - c) Анализ конкурентов

УК-1.3. Владеет методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач

4 семестр

1. Какое из следующих утверждений наиболее точно описывает роль упаковки в корпоративной системе?

- a) Упаковка служит только для защиты продукта
- b) Упаковка является важным элементом имиджа компании**
- c) Упаковка не влияет на восприятие потребителей

2. Что из перечисленного является основным назначением логотипа компании?

- a) Создание рекламы
- b) Идентификация бренда**
- c) Указание цены товара

3. Какое из следующих определений лучше всего описывает торговую марку?

- a) Символ компании
- b) Гарантия качества и уникальности продукта**
- c) Упаковка товара

4. Какой из следующих факторов наиболее важен для формирования имиджа фирмы?

- a) Ценовая политика
- b) Качество упаковки и дизайна**
- c) Месторасположение офиса

5. Что подразумевается под серийностью в контексте упаковки?

- a) Упаковка должна быть уникальной для каждого продукта
- b) Упаковка должна быть стандартизированной для всей линейки продуктов**
- c) Упаковка должна меняться каждый год

6. Какое из следующих утверждений верно относительно новизны и престижности упаковки?

- a) Престижная упаковка не должна быть новой
- b) Новизна упаковки может повысить престиж бренда**
- c) Престижная упаковка всегда дороже

7. Какое значение имеет сохранение преемственности в упаковке?

- a) Это не имеет значения
- b) Сохранение преемственности помогает укрепить узнаваемость бренда**
- c) Преемственность мешает инновациям

8. Какой элемент упаковки чаще всего используется для передачи имиджа компании?

- a) Информация о составе продукта
- b) Дизайн и цвет упаковки**
- c) Указание срока годности

9. Что такое бренд?

- a) Имя компании
- b) Комплекс ассоциаций, связанных с продуктом или услугой**
- c) Упаковка товара

10. Какое из следующих утверждений о методах научного сбора информации верно?

- a) Научный сбор информации не важен для упаковки
- b) Методы системного подхода помогают анализировать и обобщать информацию о потребительских предпочтениях**
- c) Научный сбор информации требует больших затрат времени и денег

5 семестр.

1. Какой из следующих элементов упаковки является основным для передачи текстовой информации?

- a) Иллюстрации
- b) Шрифты**
- c) Цвет

2. Какой тип шрифта обычно используется для заголовков на упаковке?

- a) Ручной шрифт
- b) Гротескный шрифт**
- c) Курсивный шрифт

3. Что из перечисленного не относится к образным возможностям шрифтовых композиций?

- a) Размер шрифта
- b) Цвет шрифта
- c) Уровень шума в окружающей среде**

4. Какой из следующих факторов важен для достижения единства формы и содержания в упаковке?

- a) Цветовая гамма
- b) Соответствие текста и изображений концепции продукта**
- c) Материал упаковки

5. Какой из следующих шрифтов считается наиболее читаемым для основного текста на упаковке?

- a) Декоративный шрифт
- b) Серифный шрифт**
- c) Курсивный шрифт

6. Какой метод можно использовать для обобщения информации о предпочтениях потребителей к текстовым и изобразительным элементам упаковки?

- a) Опрос**
- b) Финансовый анализ
- c) Наблюдение за конкурентами

7. Что такое дополнительная информация на упаковке?

- a) Информация о производителе
- b) Информация о составе продукта**
- c) Основное название продукта

8. Какое из следующих утверждений верно о вербальном способе передачи информации?

- a) Он включает только графические элементы
- b) Он может быть представлен как текстом, так и изображениями**
- c) Он не включает в себя шрифты

9. Какой шрифт часто используется для создания эмоционального отклика у потребителей?

- a) Простой sans-serif**
- b) Обычный serif
- c) Технический шрифт

10. Какой из следующих аспектов не влияет на образность упаковки?

- a) Выбор шрифта
- b) Использование иллюстраций
- c) Цена продукта**

ПК-1. Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований при создании продукта

ПК-1.1 Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

4 семестр

1. Какой из следующих элементов упаковки является носителем рекламной информации?

- a) Защитная пленка
- b) Этикетка**
- c) Упаковочная коробка
- d) Упаковочная лента

2. Какой тип упаковки не является частью товарной единицы?

- a) Первичная упаковка
- b) Вторичная упаковка
- c) Транспортная упаковка
- d) Упаковка для утилизации**

3. Какой из следующих факторов не влияет на выбор упаковки для целевой аудитории?

- a) А) Возраст потребителей
- b) В) Цвет упаковки
- c) С) Время года**
- d) D) Материал упаковки

4. Какую функцию выполняет упаковка в рекламе товара?

- a) Защита товара от внешних факторов
- b) Упрощение транспортировки
- c) Привлечение внимания потребителей**
- d) Увеличение стоимости товара

5. Какое из следующих требований к упаковке является наиболее важным для сохранения качества продукта?

- a) Эстетический дизайн
- b) Защита от внешних воздействий**
- c) Низкая стоимость
- d) Удобство в использовании

6. Какое требование к упаковке связано с удобством для потребителя?

- a) Использование экологически чистых материалов
- b) Наличие информации о продукте
- c) Легкость открытия упаковки**
- d) Долговечность упаковки

7. Какой из следующих аспектов не относится к требованиям безопасности упаковки?

- a) Отсутствие острых краев
- b) Прозрачность упаковки**
- c) Устойчивость к химическим веществам
- d) Наличие защитных элементов

8. Какое требование к упаковке связано с экологической ответственностью?

- a) Использование ярких цветов
- b) Возможность переработки материалов**
- c) Наличие сложной формы
- d) Высокая прочность

9. Какую роль играют знаки сертификации (например, «Эко-маркировка», «Халаль», «Без глютена») на упаковке?

- a) А) Просто украшают упаковку
- b) Б) Помогают сегментировать аудиторию по узким потребностям**
- c) В) Служат обязательным требованием для всех без исключения товаров
- d) Г) Заменяют название бренда

10. Сопоставьте элементы упаковки с их функциями:

Элемент упаковки	Функция
1. Этикетка	А. Защита от повреждений
2. Коробка	А. Информация о товаре
3. Пленка	В. Удобство транспортировки упаковки
4. Дизайн	С. Привлечение внимания потребителей

Правильные соответствия: • 1-В • 2-С • 3-А • 4-Д

5 семестр

1. Какой из следующих приемов трансформации упаковки из бумаги используется для создания объемных форм?

- a) Печать
- b) Сборка
- c) Ламинирование

d) **Вырубка**

2. Какой метод позволяет улучшить прочность упаковки из бумаги?

- a) Увлажнение
- b) Сушение
- c) **Проклейка**
- d) Печать

3. Какой из следующих приемов трансформации упаковки из бумаги помогает создать уникальный дизайн и привлечь внимание потребителей?

- a) Стандартная печать
- b) **Тиснение**
- c) Использование белой бумаги
- d) Печать на простом картоне

4. Какой прием позволяет сделать упаковку из бумаги водоотталкивающей?

- a) **Ламинирование**
- b) Вырезание
- c) Склеивание
- d) Печать

5. Какой элемент упаковки чаще всего используется для передачи информации о продукте?

- a) **Изображение**
- b) Цвет
- c) Шрифт
- d) Логотип

6. Какой цветовой контраст наиболее эффективен для привлечения внимания к тексту на упаковке?

- a) Красный на зеленом
- b) **Черный на белом**
- c) Синий на желтом
- d) Фиолетовый на красном

7. Какой цвет обычно используется в упаковке детских товаров для привлечения внимания детей?

- a) Черный
- b) Пастельные тона
- c) **Яркие и насыщенные цвета**
- d) Нейтральные цвета

8. Сопоставьте типы упаковки с их преимуществами:

Тип упаковки	Преимущества
1. Многоцветная	А. Легкость утилизации
2. Одноразовая	В. Удобство хранения
3. Компостируемая	С. Уменьшение отходов
4. Пластиковая	Д. Доступность и низкая стоимость

Правильные ответы: • 1 - В • 2 - А • 3 - С • 4 - D

9. Сопоставьте характеристики упаковки с примерами использования:

Характеристика	Пример использования
1. Удобная ручка	А. Для переноски продуктов
2. Запечатываемая крышка	В. Для хранения остатков еды
3. Прозрачный материал	С. Для демонстрации товара
4. Складная форма	Д. Для экономии места при транспортировке

Правильные ответы: • 1 - А • 2 - В • 3 - С • 4 – Д

ПК-1.2 Проводит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

4 семестр

1. Какой из следующих материалов является наиболее распространенным для упаковки продуктов питания благодаря своей способности сохранять свежесть?

- a) Стекло
- b) Пластик**
- c) Картон
- d) Металл

2. Какой тип упаковки лучше всего подходит для защиты хрупких товаров при транспортировке?

- a) Плотная картонная коробка
- b) Пузырчатая пленка**
- c) Пластиковый пакет
- d) Бумажный пакет

3. Какой из следующих факторов не влияет на выбор упаковочного материала?

- a) Стоимость материала
- b) Влияние на окружающую среду
- c) Цвет упаковки**
- d) Функциональные свойства упаковки

4. Какой из следующих типов упаковки считается наиболее экологически чистым?

- a) Пластиковая упаковка
- b) Стелянная упаковка
- c) Металлическая упаковка
- d) Упаковка из переработанного картона**

5. Какой из следующих типов упаковки считается более устойчивым к воздействию окружающей среды?

- a) Пластиковая упаковка
- b) Бумажная упаковка**
- c) Стелянная упаковка
- d) Металлическая упаковка

6. Какой из следующих факторов наиболее важен для потребителей при выборе упаковки для продуктов питания?

- a) Дизайн упаковки
- b) Удобство использования
- c) Цена упаковки
- d) Все вышеперечисленное**

7. Какой из следующих элементов чаще всего используется в аналоговой упаковке для привлечения внимания потребителей?

- a) QR-коды
- b) Графические иллюстрации**
- c) Умные метки

8. Какой из следующих материалов является наиболее распространенным для создания современного дизайна упаковки?

- a) Картон
- b) Пластик**
- c) Стекло
- d) Металл

9. Если на упаковке детского питания текст написан крупным шрифтом, а важные элементы выделены инфографикой, на какую потребность целевой аудитории (родителей) это ориентировано?

- a) На потребность в быстром поиске и считывании информации**
- b) На потребность в ярком дизайне для ребенка
- c) На потребность в увеличении объема упаковки
- d) На потребность в подтверждении высокой цены

10. Сравните два типа упаковки: биоразлагаемая упаковка и пластиковая упаковка. Каковы их основные преимущества?

- a) Биоразлагаемая упаковка
- b) Пластиковая упаковка

Правильный ответ:

- a) Биоразлагаемая упаковка (преимущество: экологическая безопасность)**
- b) Пластиковая упаковка (преимущество: прочность и водонепроницаемость)**

5 семестр

1. Сравните традиционную упаковку и умную упаковку. Какие функции они выполняют?

- a) Традиционная упаковка
- b) Умная упаковка

Правильный ответ:

- a) Традиционная упаковка (функция: защита продукта),**
- b) Умная упаковка (функция: взаимодействие с потребителем через технологии, например, QR-коды)**

2. Сравните картонную упаковку и стеклянную упаковку. Каковы их основные характеристики?

- a) Картонная упаковка
- b) Стекло

Правильный ответ:

- a) **Картонная упаковка (особенность: легкость и низкая стоимость),**
- b) **Стекло (особенность: высокая степень защиты и возможность повторного использования)**

3. Сравните экологически чистую упаковку и стандартную пластиковую упаковку. Каковы их последствия для окружающей среды?

- a) Экологически чистая упаковка
- b) Стандартная пластиковая упаковка

Правильный ответ:

- a) **Экологически чистая упаковка (последствия: минимальное воздействие на природу),**
- b) **Стандартная пластиковая упаковка (последствия: загрязнение окружающей среды и долгий срок разложения)**

4. Какой из следующих материалов упаковки наиболее часто используется для вторичного использования?

- a) Пластик
- b) **Стекло**
- c) Алюминий
- d) Бумага

5. Какое из перечисленных применений упаковки относится к дополнительному использованию?

- a) Упаковка для хранения продуктов
- b) **Использование упаковки в качестве контейнера для хранения мелочей**
- c) Упаковка для одноразового использования
- d) Упаковка, отправленная на переработку

6. Какое из следующих утверждений о вторичном использовании упаковки является верным?

- a) Вторичное использование упаковки всегда снижает ее стоимость.
- b) **Вторичное использование упаковки способствует уменьшению отходов.**
- c) Вторичное использование упаковки требует значительных затрат на переработку.
- d) Вторичное использование упаковки не влияет на окружающую среду.

7. Какой из этих материалов упаковки считается наименее подходящим для вторичного использования?

- a) Картон
- b) **Пластиковые пакеты**
- c) Стекло
- d) Металлические банки

8. Какой из следующих приемов трансформации упаковки основан на изменении геометрической формы для улучшения функциональности?

- a) Использование ярких цветов
- b) **Применение многоугольных форм**
- c) Добавление текстуры
- d) Упаковка с логотипом

9. Какой из следующих методов трансформации упаковки может помочь в экономии пространства при транспортировке?

- a) Использование круговых форм
- b) Плоская упаковка**
- c) Упаковка с ручками
- d) Объемная упаковка

10. Какой прием трансформации упаковки позволяет улучшить восприятие продукта потребителем?

- a) Упаковка с многоуровневыми формами**
- b) Использование однообразной формы
- c) Применение стандартных размеров
- d) Упаковка с минималистичным дизайном

ПК-1.3 Оформляет результаты дизайнерских исследований и формирует предложения по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

4 семестр

1. Какой тип упаковки используется для защиты продуктов питания от внешних факторов?

- a) Транспортная упаковка
- b) Потребительская упаковка**
- c) Упаковка для бытовой химии
- d) Упаковка для медицинских изделий

2. Какой тип упаковки чаще всего используется для транспортировки товаров на большие расстояния?

- a) Упаковка для розничной продажи
- b) Транспортная упаковка**
- c) Упаковка для подарков
- d) Экологически чистая упаковка

3. Какой тип упаковки предназначен для одноразового использования и удобства потребителя?

- a) Многоразовая упаковка
- b) Упаковка для хранения
- c) Упаковка для фастфуда**
- d) Упаковка для промышленных товаров

4. Какой тип упаковки используется для обеспечения безопасности и сохранности медицинских препаратов?

- a) Защитная упаковка**
- b) Упаковка для косметических средств
- c) Упаковка для электроники
- d) Потребительская упаковка

5. Какой элемент упаковки служит для передачи информации о продукте через визуальные символы?

- a) Текстовая информация
- b) Символы и графические изображения**
- c) Цветовая палитра
- d) Форма упаковки

6. Что из перечисленного является частью системы "сообщение - кодировка - получатель"?

- a) Исследование рынка
- b) Упаковка продукта
- c) Потребительская аудитория
- d) Все вышеперечисленное**

7. Какую роль играет кодировка в системе "сообщение - кодировка - получатель"?

- a) Определяет целевую аудиторию
- b) Преобразует сообщение в визуальную форму**
- c) Упрощает процесс производства упаковки
- d) Увеличивает стоимость продукта

8. Кто является конечным звеном в системе "сообщение - кодировка - получатель"?

- a) Дизайнер упаковки
- b) Производитель
- c) Потребитель**
- d) Розничный продавец

9. Какой из следующих факторов может повлиять на восприятие символов на упаковке потребителем?

- a) Размер упаковки
- b) Культурные особенности и ассоциации**
- c) Условия хранения продукта
- d) Способ доставки

10. Какой аспект упаковки наиболее важен для обеспечения правильной интерпретации символов потребителем?

- a) Яркость цветов
- b) Простота и ясность дизайна**
- c) Наличие дополнительных текстов
- d) Использование экологически чистых материалов

5 семестр

1. Какое из следующих утверждений верно относительно вторичного использования упаковки?

- a) Вторичное использование упаковки не приносит экономической выгоды.
- b) Вторичное использование упаковки помогает уменьшить количество отходов.**
- c) Вторичное использование упаковки требует дополнительных затрат на переработку.
- d) Вторичное использование упаковки не имеет значения для экологии.

2. Считаете ли вы, что потребители заинтересованы в дополнительном использовании упаковки?

- a) Да
- b) Нет

3. Сопоставьте типы упаковки с их возможным вторичным использованием:

Тип упаковки	Возможное вторичное использование
A) Пластиковые контейнеры	1) Хранение мелких предметов
B) Картонные коробки	2) Создание поделок или игрушек
C) Стекланные бутылки	3) Использование в качестве ваз для цветов
D) Металлические банки	4) Хранение продуктов

Правильные соответствия: • A - 1 • B - 2 • C - 3 • D – 4

4. Какой метод исследования наиболее часто используется для анализа восприятия цвета в упаковке?

- a) Опросы потребителей
- b) Экспериментальные тесты
- c) Наблюдение
- d) Анализ конкурентов

5. Считаете ли вы, что цвет упаковки влияет на покупательское поведение?

- a) Да
- b) Нет

6. Какой из следующих методов не относится к исследованию проектных ситуаций с учетом цвета?

- a) Фокус-группы
- b) SWOT-анализ
- c) Метод "психологического цвета"
- d) Анкетирование

7. Какие из следующих методов могут быть использованы для тестирования восприятия цвета упаковки среди целевой аудитории? (Выберите все подходящие варианты)

- a) Тестирование
- b) Анкетирование
- c) Наблюдение за покупательским поведением
- d) Метод "мозгового штурма"
- e) Психофизиологические исследования (например, измерение реакции зрачка)

Правильные ответы: A) Тестирование, B) Анкетирование, C) Наблюдение за покупательским поведением, E) Психофизиологические исследования.

8. Увеличивает ли наличие удобной упаковки вероятность повторной покупки товара?

- a) Да

b) Нет

9. Какая конструктивная особенность считается наиболее важной для продуктов, которые используются не за один раз (крупы, соусы, бытовая химия)?

- a) Яркая глянцевая этикетка.
- b) Возможность многократного герметичного перезакрытия (зип-лок, закручивающаяся крышка, клапан).**
- c) Квадратная форма дна.
- d) Использование прозрачного пластика.

ПК-2. Способен конструировать элементы продукта с учетом эргономических требований

ПК-2.1 Разрабатывает художественно-конструкторские проекты продуктов, обеспечивает высокий уровень потребительских свойств и эстетических качеств проектируемых конструкций, соответствующих технико-экономическим и эргономическим требованиям с использованием компьютерных программ

4 семестр

1. Какой из следующих факторов является наиболее важным при разработке упаковки для рекламы продукта?

- a) Цвет упаковки
- b) Материал упаковки
- c) Форма упаковки
- d) Все вышеперечисленное**

2. Какой из перечисленных элементов упаковки чаще всего используется для привлечения внимания потребителей?

- a) Логотип
- b) Информация о продукте
- c) Яркие цвета**
- d) Указание срока годности

3. Считаете ли вы, что упаковка влияет на решение о покупке продукта?

- a) Да**
- b) Нет
- c) Не знаю

4. Сопоставьте элементы упаковки с их функциями:

Элемент упаковки	Функция
A) Цвет	1) Защита продукта от повреждений
B) Форма	2) Привлечение внимания потребителей
C) Материал	3) Удобство хранения и транспортировки
D) Информация о продукте	4) Предоставление информации о продукте

Правильные соответствия: • A - 2 • B - 3 • C - 1 • D – 4

5. Какой из следующих аспектов упаковки чаще всего влияет на восприятие качества продукта потребителями?

- a) Дизайн упаковки
- b) Указание на упаковке срока годности
- c) Размер упаковки
- d) Цена упаковки

6. Какой тип упаковки считается наиболее экологически чистым?

- a) Пластиковая упаковка
- b) Стеклоянная упаковка
- c) **Бумажная упаковка**
- d) Металлическая упаковка

7. Согласны ли вы с утверждением, что упаковка должна отражать ценности бренда?

- a) Да
- b) Нет
- c) Зависит от продукта

8. Почему «эргономика захвата» (форма бутылки или коробки с сужением посередине) считается важным фактором удобства?

- a) Это позволяет экономить на материале.
- b) **Это предотвращает выскальзывание товара из рук, особенно если они влажные.**
- c) Это требование логистических компаний.
- d) Это делает упаковку выше на полке.

5 семестр

1. Какой из следующих факторов наиболее важен при разработке конструкции продукта для обеспечения его идентификационных возможностей?

- a) Цветовая гамма
- b) **Форма**
- c) Материалы
- d) Размер

2. Какой из перечисленных методов чаще всего используется для проверки эргономичности конструкции продукта?

- a) Тестирование на прочность
- b) **Анкетирование пользователей**
- c) Визуализация в CAD-программах
- d) Анализ рынка

3. Согласны ли вы с утверждением, что форма продукта должна соответствовать его функциональному назначению?

- a) Да
- b) Нет
- c) Зависит от типа продукта

4. Что из перечисленного относится к «функциональности» конструкции, обеспечивающей сохранность товара?

- a) Выбор шрифта без засечек

- b) Структурная прочность и жесткость (ребра жесткости, амортизирующие вставки)
- c) Использование золотого тиснения
- e) Наличие рекламного слогана

5. Сопоставьте типы конструкций с их основными идентификационными возможностями:

Тип конструкции	Идентификационная возможность
A) Геометрическая	1) Легкость в восприятии
B) Органическая	2) Уникальность и запоминаемость
C) Симметричная	3) Эстетическая привлекательность
D) Ассиметричная	4) Инновационный подход

Правильные соответствия: • A - 1 • B - 2 • C - 3 • D - 4

6. Какой из следующих элементов упаковки наиболее важен для передачи информации о продукте потребителю?

- a) Дизайн упаковки
- b) Текстовая информация
- c) Цвет упаковки
- d) Форма упаковки

7. Согласны ли вы с утверждением, что использование простого и понятного языка на упаковке повышает уровень потребительских свойств продукта?

- a) A) Да
- b) B) Нет
- c) C) Зависит от целевой аудитории

8. Какой тип шрифта наиболее предпочтителен для текстовой информации на упаковке, чтобы обеспечить легкость восприятия?

- a) Курсив
- b) Жирный шрифт
- c) Простые и четкие шрифты
- d) Декоративные шрифты

9. Сопоставьте типы вербальной информации на упаковке с их основными функциями:

Тип вербальной информации	Функция
A) Инструкции по применению	1) Уведомление о составе продукта
B) Указания по хранению	2) Объяснение способа использования
C) Состав продукта	3) Поддержка безопасности и качества
D) Рекламные слоганы	4) Привлечение внимания и стимулирование продаж

Правильные соответствия: • A - 2 • B - 3 • C - 1 • D - 4

ПК-2.2 Подготавливает данные для расчетов экономического обоснования предлагаемой конструкции (модели изделия)

4 семестр

1. Какой из следующих факторов не влияет на стоимость упаковки товара?

- a) Материалы, используемые для упаковки
- b) Дизайн упаковки
- c) Цвет упаковки
- d) **Объем производственного процесса**

2. Согласны ли вы с утверждением, что упаковка может существенно влиять на цену конечного продукта?

- a) **Да**
- b) Нет
- c) Зависит от типа продукта

3. Какой из следующих видов упаковки обычно является наиболее дорогим?

- a) Пластиковая упаковка
- b) Картонная упаковка
- c) **Стеклянная упаковка**
- d) Полиэтиленовая упаковка

4. Зачем на упаковке йогурта размещают фото счастливой семьи?

- a) чтобы показать объём порции
- b) **чтобы ассоциировать продукт с ценностями семьи и заботы**
- c) чтобы выделить бренд среди конкурентов по цвету
- d) чтобы снизить затраты на полиграфию

5. Сопоставьте виды упаковки с их характеристиками:

Вид упаковки	Характеристика
A) Картонная упаковка	1) Высокая прочность и защита от повреждений
B) Пластиковая упаковка	2) Легкость и возможность переработки
C) Стеклянная упаковка	3) Экологичность и простота в производстве
D) Металлическая упаковка	4) Долговечность и защита от внешних факторов

Правильные соответствия: • A - 3 • B - 2 • C - 1 • D – 4

6. Какой элемент упаковки наиболее важен для создания визуальной коммуникации с потребителем?

- a) Форма упаковки
- b) Цветовая палитра
- c) Шрифт и текст
- d) **Все вышеперечисленное**

7. Согласны ли вы с утверждением, что упаковка товара должна быть адаптирована под целевую аудиторию?

- a) **Да**

- b) Нет
- c) Зависит от продукта

8. Какой из следующих аспектов упаковки *не* влияет на восприятие бренда потребителем?

- a) Дизайн упаковки
- b) Информация о продукте
- c) Размер упаковки
- d) **Процесс производства**

9. Какой элемент конструкции помогает потребителю контролировать расход продукта и вовремя совершить повторную покупку?

- a) Голограмма бренда.
- b) **«Световое окно» (прозрачная шкала или полоса) на непрозрачной упаковке.**
- c) Рекламный слоган на крышке.
- d) Наличие дополнительного слоя картона.

5 семестр

1. Какой из следующих элементов упаковки наиболее важен для привлечения внимания потребителей?

- a) Размер упаковки
- b) **Цветовая гамма**
- c) Материал упаковки
- d) Информация о производителе

2. Согласны ли вы с утверждением, что реклама должна соответствовать дизайну упаковки?

- a) **Да**
- b) Нет
- c) Не знаю

3. Какой из следующих аспектов упаковки наиболее важен для передачи информации о продукте?

- a) Дизайн
- b) **Наличие инструкций**
- c) Устойчивость к повреждениям
- d) Стоимость упаковки

4. Какой формат рекламы считается наиболее эффективным для продвижения нового продукта?

- a) Телевизионная реклама
- b) **Реклама в социальных сетях**
- c) Печатная реклама
- d) Наружная реклама

5. Как вы считаете, упаковка может увеличить стоимость продукта?

- a) **Да, если упаковка уникальна и привлекательна**
- b) Нет, стоимость определяется только качеством продукта
- c) Зависит от рынка

6. Сопоставьте аспекты рекламы и упаковки с их функциями:

Аспекты	Функции
А) Упаковка	1) Создание эмоционального отклика у потребителя
В) Реклама	2) Информирование о свойствах и преимуществах продукта
С) Дизайн упаковки	3) Привлечение внимания и запоминаемость
Д) Целевая аудитория	4) Определение ключевых сообщений для рекламы

Правильные соответствия: • А - 2 • В - 1 • С - 3 • Д – 4

7. Почему многие бренды отказываются от многослойных ламинированных упаковок (например, пластик + фольга + бумага)?

- a) Они слишком дорогие в производстве
- b) Они портят вкус продукта
- c) На них плохо ложится краска

8. Какой из следующих факторов является ключевым при проектировании упаковки для удобства в эксплуатации?

- a) Эстетика
- b) Вес
- c) **Функциональность**
- d) Цвет

9. Считаете ли вы, что упаковка должна быть многоразовой?

- a) Да
- b) Нет

ПК-2.3 Разрабатывает необходимую техническую документацию на проектируемое изделие, участвует в подготовке пояснительных записок к проектам и защите

4 семестр

1. Какой из следующих факторов является основным при классификации товара?

- a) Цвет
- b) **Функциональное назначение**
- c) Упаковка
- d) Бренд

2. Согласны ли вы с утверждением, что упаковка является важной частью товарной единицы?

- a) Да
- b) Нет

3. Является ли упаковка важным элементом рекламной стратегии товара?

- a) Да
- b) Нет

4. Какой тип упаковки чаще всего используется для продуктов питания?

- a) Стеклянная упаковка
- b) Пластиковая упаковка
- c) Картонная упаковка
- d) **Все вышеперечисленные**

5. Указываете ли вы на упаковку как на важный фактор при выборе товара?

- a) Да
- b) Нет

6. Использование «лимитированных серий» упаковки (коллаборации с художниками, сезонный дизайн) — это стратегия для:

- a) Повышения долговечности упаковки
- b) **Стимулирования импульсного спроса и коллекционирования**
- c) Экономии на рекламе в интернете
- d) Упрощения логистических схем

7. Сопоставьте типы товаров с их характеристиками:

Тип товара	Характеристика
1. Потребительский	А. Продается конечному потребителю
2. Производственный	В. Используется для производства других товаров
3. Услуга	С. Нематериальный продукт
4. Товар длительного пользования	Д. Используется долгое время

Правильные ответы: • 1 - А • 2 - В • 3 - С • 4 - D

8. Сопоставьте функции упаковки с их описаниями:

Функция упаковки	Описание
1. Защита	А. Обеспечивает сохранность товара
2. Информирование	В. Предоставляет информацию о товаре
3. Реклама	С. Привлекает внимание к продукту
4. Удобство	Д. Облегчает транспортировку и использование

Правильные ответы: • 1 - А • 2 - В • 3 - С • 4 - D

5 семестр

1. Какой элемент упаковки чаще всего используется для передачи информации о продукте?

- a) Цветовая гамма
- b) Текстовая информация
- c) Изображения
- d) **Все вышеперечисленные**

2. Согласны ли вы с утверждением, что визуальный дизайн упаковки влияет на решение потребителя о покупке?

- a) Да

b) Нет

a) 3. **Используется ли графика на упаковке для привлечения внимания к продукту?**

a) Да

b) Нет

4. **Считаете ли вы, что яркие цвета на упаковке могут повысить её привлекательность для потребителей?**

a) Да

b) Нет

5. **Сопоставьте визуальные элементы упаковки с их функциями:**

Визуальный элемент	Функция
1. Цвет	A. Привлекает внимание
2. Шрифт	B. Передает информацию о товаре
3. Изображение	C. Создает настроение и ассоциации
4. Логотип	D. Упрощает идентификацию бренда

Правильные ответы: • 1 - A • 2 - B • 3 - C • 4 - D

6. **Сопоставьте типы упаковки с их визуальными характеристиками:**

Тип упаковки	Визуальная характеристика
1. Пластиковая	A. Прозрачность
2. Картонная	B. Возможность печати
3. Стеклоанная	C. Эстетичность и премиальность
4. Металлическая	D. Защита от внешних факторов

Правильные ответы: • 1 - A • 2 - B • 3 - C • 4 - D

7. **Используете ли вы упаковку повторно после распаковки товара?**

a) Да

b) Нет

8. **Сколько важным для вас является наличие информации о возможности вторичного использования упаковки на этикетке?**

a) **Очень важно**

b) Важно

c) Неважно

d) Совсем не важно

9. **Сопоставьте типы упаковки с их преимуществами:**

Тип упаковки	Преимущества
1. Многоцветная	A. Легкость утилизации
2. Одноразовая	B. Удобство хранения
3. Компостируемая	C. Уменьшение отходов
4. Пластиковая	D. Доступность и низкая стоимость

Правильные ответы: • 1 - B • 2 - A • 3 - C • 4 - D