

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.07.2026 10:42:24
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
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ЭЛЕКТИВНОЙ
ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.ДЭ.09.02 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Дизайн одежды и маркетинг в модной индустрии

Квалификация выпускника: Бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
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
ПК-3. Способен проектировать, разрабатывать визуальные образы и стили, новые конструктивные решения при создании моделей (коллекций) одежды	ПК-3.1 Разрабатывает модные визуальные образы и коммерческие концепции дизайна одежды на основе модных тенденций с учетом требований заказчиков и нужд потребителей, используя разнообразные изобразительные и технические приемы и средства, графические компьютерные программы и автоматизированные программы проектирования
	ПК-3.2 Подбирает и комбинирует цветовые гаммы, фактуры, формы, материалы, фурнитуру, аксессуары к моделям одежды с учетом возрастной физиологии и психологии, прогнозирует свойства и качество готовых моделей по их показателям
	ПК-3.3 Подготавливает пояснительную записку, включающей обоснование основной идеи проекта, культурно-исторических предпосылок эволюционного развития проектируемой одежды и обуви, обоснование формообразования, цветографической концепции и стиля, описание преимуществ по отношению к существующим аналогам
ПК-4. Способен конструировать модели (коллекций) детской одежды и обуви, проводить испытания изготовленных образцов	ПК-4.1 Разрабатывает конструкции моделей одежды и выбирает оптимальные конструктивные и композиционные решения для создания безопасной, удобной, функциональной, практичной и эстетичной одежды
	ПК-4.2 Изготавливает и апробирует экспериментальные модели (опытные образцы), одежды, находит и устраняет конструктивные и технологические дефекты
	ПК-4.3 Оформляет показы, просмотры, обзоры, презентации, выставки коллекций

6 семестр

Компетенция: 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.

1. Что такое дизайн с точки зрения компоновочной деятельности?
 - а) Искусство украшения предметов.
 - б) Процесс создания гармоничных и функциональных композиций.
 - в) Только разработка рекламных макетов.
 - г) Копирование существующих решений.

Правильный ответ: б) Процесс создания гармоничных и функциональных композиций.

2. Какая функция рекламы направлена на формирование спроса?
 - а) Информационная.
 - б) Экономическая.
 - в) Социальная.
 - г) Эстетическая.

Правильный ответ: б) Экономическая.

3. Что такое архетип в рекламе?
 - а) Конкретный товар.
 - б) Универсальный образ, символ, заложенный в коллективном бессознательном.
 - в) Название бренда.
 - г) Цветовая гамма макета.

Правильный ответ: б) Универсальный образ, символ, заложенный в коллективном бессознательном.

4. Какой из перечисленных этапов не входит в разработку художественно-конструкторского проекта (ПК-2.1)?
 - а) Эргономический анализ.
 - б) Эстетическая проработка.
 - в) Экономическое обоснование (ПК-2.2).
 - г) Подготовка технической документации (ПК-2.3).

Правильный ответ: в) Экономическое обоснование (ПК-2.2).

5. Что такое позиционирование в рекламе?
 - а) Размещение рекламы на билборде.
 - б) Формирование уникального образа товара в сознании потребителя.
 - в) Определение цены продукта.
 - г) Выбор цветовой палитры.

Правильный ответ: б) Формирование уникального образа товара в сознании потребителя.

6. Какой инструмент чаще всего используется для создания рекламного образа, воздействующего на подсознание?
 - а) Логотип.
 - б) Архетип и символ.
 - в) Слоган.
 - г) Цена.

Правильный ответ: б) Архетип и символ.

7. Что такое имажитивная реклама?

- а) Реклама, основанная на логических доводах.
- б) Реклама, создающая яркие образы и воздействующая на воображение и эмоции.
- в) Реклама с использованием только текста.
- г) Социальная реклама.

Правильный ответ: б) Реклама, создающая яркие образы и воздействующая на воображение и эмоции.

8. Какая задача не относится к компетенции ПК-3?

- а) Разработка визуальных образов одежды.
- б) Создание новых конструктивных решений для коллекций.
- в) Подготовка экономического обоснования модели (ПК-2.2).
- г) Проектирование стилей одежды.

Правильный ответ: в) Подготовка экономического обоснования модели (ПК-2.2).

9. Что является основной целью креативной рекламы?

- а) Минимизировать затраты на производство.
- б) Выделиться среди конкурентов нестандартным подходом.
- в) Использовать только стандартные носители.
- г) Скопировать успешный опыт других брендов.

Правильный ответ: б) Выделиться среди конкурентов нестандартным подходом.

10. Какой документ разрабатывается согласно ПК-2.3?

- а) Маркетинговый план.
- б) Техническая документация на изделие и пояснительная записка к проекту.
- в) Сценарий рекламного ролика.
- г) Бухгалтерский отчёт.

Правильный ответ: б) Техническая документация на изделие и пояснительная записка к проекту.

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

1. Что такое культурный код в рекламе?
 - а) Язык программирования для дизайнеров.
 - б) Совокупность символов и образов, понятных определённой культуре.
 - в) Секретный пароль для доступа к макетам.
 - г) Типографика рекламного текста.
2. Какой психологический фактор учитывается при разработке дизайна рекламы?
 - а) Только цветовое зрение.
 - б) Индивидуальные особенности и тип личности целевой аудитории.
 - в) Вес потребителя.
 - г) Его рост.

Правильный ответ: б) Индивидуальные особенности и тип личности целевой аудитории.

3. Что такое эргономические требования в контексте ПК-2?

- а) Требования к красоте изделия.
- б) Требования к удобству, безопасности и соответствию изделия антропометрическим данным человека.
- в) Требования к низкой стоимости материалов.
- г) Требования к яркости упаковки.

Правильный ответ: б) Требования к удобству, безопасности и соответствию изделия антропометрическим данным человека.

4. Какой метод помогает развить креативность в рекламе?
- а) Строгое следование инструкциям.
 - б) Мозговой штурм, метод ассоциаций, SCAMPER.
 - в) Копирование чужих идей.
 - г) Использование только одного цвета.
- Правильный ответ:** б) Мозговой штурм, метод ассоциаций, SCAMPER.
5. Что такое стереотип в рекламе?
- а) Новый, уникальный образ.
 - б) Устойчивое, упрощённое представление о чём-либо, используемое для быстрого восприятия аудиторией.
 - в) Сложная метафора.
 - г) Архетип.
- Правильный ответ:** б) Устойчивое, упрощённое представление о чём-либо, используемое для быстрого восприятия аудиторией.
6. Какую роль играет пластичность человеческой фигуры в эскизе одежды (ПК-3)?
- а) Никакой роли, важна только ткань.
 - б) Она является основой для передачи динамики, стиля и образного восприятия модели.
 - в) Она нужна только для медицинских иллюстраций.
 - г) Она важна только для статичных поз.
- Правильный ответ:** б) Она является основой для передачи динамики, стиля и образного восприятия модели.
7. Что такое графический дизайн в контексте рекламы?
- а) Рисование картин маслом.
 - б) Визуальная коммуникация с помощью графики для решения рекламных задач.
 - в) Написание рекламных текстов.
 - г) Производство видеороликов.
- Правильный ответ:** б) Визуальная коммуникация с помощью графики для решения рекламных задач.
8. Что предполагает подготовка данных для экономического обоснования (ПК-2.2)?
- а) Выбор шрифта для логотипа.
 - б) Расчёт себестоимости, прогнозирование спроса и анализ рентабельности изделия.
 - в) Создание мудборда.
 - г) Подбор цветовой палитры.
- Правильный ответ:** б) Расчёт себестоимости, прогнозирование спроса и анализ рентабельности изделия.
9. Какова основная задача дизайнера как профессиональной деятельности?
- а) Самовыражение художника без оглядки на заказчика.
 - б) Создание продуктов, обладающих высокими эстетическими и потребительскими свойствами, отвечающих требованиям рынка.
 - в) Копирование природы.
 - г) Использование самых дорогих материалов.
- Правильный ответ:** б) Создание продуктов, обладающих высокими эстетическими и потребительскими свойствами, отвечающих требованиям рынка.
10. Что такое «нестандартные рекламные носители»?
- а) Телевидение и радио.
 - б) Любые поверхности и объекты, не являющиеся традиционными площадками для рекламы (например, скамейки, ступеньки, облака с помощью проекции).
 - в) Газеты и журналы.
 - г) Билборды вдоль дорог.

Правильный ответ: б) Любые поверхности и объекты, не являющиеся традиционными площадками для рекламы (например, скамейки, ступеньки, облака с помощью проекции).

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

1. Какой из перечисленных элементов не является частью технической документации на изделие (ПК-2.3)?
 - а) Чертежи конструкции.
 - б) Спецификация материалов.
 - в) Технологические карты обработки.
 - г) Сценарий проведения рекламной кампании.

Правильный ответ: г) Сценарий проведения рекламной кампании.

2. Какую функцию выполняет пояснительная записка к проекту (ПК-2.3)?
 - а) Содержит только список использованной литературы.
 - б) **Обосновывает все принятые проектные решения: от концепции до технических деталей и эргономики.**
 - в) Является рекламным буклетом для инвесторов.
 - г) Содержит только смету расходов.

Правильный ответ: б) Обосновывает все принятые проектные решения: от концепции до технических деталей и эргономики.

3. Что является ключевым отличием креативной рекламы от стандартной?
 - а) Более высокая стоимость производства.
 - б) **Оригинальность идеи и нестандартный способ её подачи для привлечения внимания.**
 - в) Использование известных актёров.
 - г) Длительность рекламного ролика.

Правильный ответ: б) Оригинальность идеи и нестандартный способ её подачи для привлечения внимания.

4. Какую роль играют компьютерные программы в компетенции ПК-2.1?
 - а) Они используются только для написания текстов.
 - б) **Они являются инструментом для проектирования, моделирования и визуализации конструкций с учётом эргономики и эстетики.**
 - в) Они нужны только для ведения бухгалтерии предприятия.
 - г) Они используются исключительно для игр дизайнера в перерывах между работой.

Правильный ответ: б) Они являются инструментом для проектирования, моделирования и визуализации конструкций с учётом эргономики и эстетики.

5. Что такое «психотехнологии рекламных средств»?
 - а) Технологии печати рекламных листовок.
 - б) **Методы психологического воздействия на потребителя через визуальные, вербальные и эмоциональные каналы рекламы.**
 - в) Технологии изготовления упаковки.
 - г) Способы доставки товара покупателю.

Правильный ответ: б) Методы психологического воздействия на потребителя через визуальные, вербальные и эмоциональные каналы рекламы.

6. В чём заключается взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы (Тема 2)?
 - а) Дизайн должен быть одинаковым для всех людей без исключения.
 - б) **Эффективный дизайн учитывает психологические особенности целевой аудитории, чтобы найти отклик у конкретного типа личности потребителя.**

- в) Дизайн должен игнорировать личность потребителя и навязывать волю бренда.
- г) Взаимосвязи не существует, важен только продукт.

Правильный ответ: б) Эффективный дизайн учитывает психологические особенности целевой аудитории, чтобы найти отклик у конкретного типа личности потребителя.

7. Что такое «эмоциональный контекст» в рекламе?

- а) Место продажи товара (например, аптека или супермаркет).
- б) **Атмосфера и чувства, которые вызывает реклама у потребителя (радость, ностальгия, чувство безопасности).**
- в) Юридические условия договора купли-продажи.
- г) Технические характеристики продукта.

Правильный ответ: б) Атмосфера и чувства, которые вызывает реклама у потребителя (радость, ностальгия, чувство безопасности).

8. Какова основная задача ПК-3 при создании коллекции одежды?

- а) Разработка только технической документации на пошив изделий (это ПК-2).
- б) **Проектирование визуальных образов, стилей и новых конструктивных решений моделей коллекции с учётом современных тенденций, и потребностей рынка/создание модных визуальных образов....**
- в) Расчёт заработной платы швей (это экономическая задача).
- г) Организация логистики поставок тканей (это производственная задача).

Правильный ответ: б) Проектирование визуальных образов, стилей и новых конструктивных решений моделей коллекции с учётом современных тенденций, и потребностей рынка/создание модных визуальных образов...

9. Что такое «роль стереотипов в рекламе»?

- а) Стереотипы всегда вредны и должны быть полностью исключены из рекламы — это неверно, они являются инструментом быстрого восприятия.
- б) **Стереотипы используются как готовые шаблоны восприятия для быстрой идентификации товара или сообщения аудиторией (например, «красный — опасность/страсть», «белый — чистота»).**
- в) Стереотипы — это исключительно негативные социальные явления — это неполное определение в контексте рекламы.
- г) Стереотипы используются только в политической рекламе — это неверно.

Правильный ответ: б) Стереотипы используются как готовые шаблоны восприятия для быстрой идентификации товара или сообщения аудиторией (например: «красный — опасность/страсть», «белый — чистота»).

10. Что является конечным результатом работы по компетенции ПК-3?

- а) Готовый финансовый отчёт о продажах коллекции — это результат коммерческой деятельности.
- б) **Разработанная коллекция моделей одежды с уникальным стилем, визуальными образами и конструктивными решениями.**
- в) Построенный завод по производству одежды — это результат инвестиционного проекта.
- г) Подготовленный договор поставки тканей — это результат закупочной деятельности.

Правильный ответ: б) Разработанная коллекция моделей одежды с уникальным стилем, визуальными образами и конструктивными решениями

Компетенция: ПК-3. Способен проектировать, разрабатывать визуальные образы и стили, новые конструктивные решения при создании моделей (коллекций) одежды.

ПК-3.1 Разрабатывает модные визуальные образы и коммерческие концепции дизайна одежды на основе модных тенденций с учетом требований заказчиков и нужд потребителей, используя разнообразные изобразительные и технические приемы и средства, графические компьютерные программы и автоматизированные программы проектирования.

1. Какой элемент композиции отвечает за создание ощущения движения в рекламном или художественном изображении?
 - а) Статика.
 - б) Динамика.
 - в) Ньюанс.
 - г) Симметрия.

Правильный ответ: б) Динамика.

2. Что такое метафора в рекламе?
 - а) Прямое описание товара.
 - б) Перенос свойств одного объекта на другой для создания яркого образа.
 - в) Использование только цифр и фактов.
 - г) Юридическое название бренда.

Правильный ответ: б) Перенос свойств одного объекта на другой для создания яркого образа.

3. Какая цветовая гармония строится на цветах, расположенных рядом друг с другом в цветовом круге?
 - а) Комплементарная (контрастная).
 - б) Аналоговая (родственная).
 - в) Триадная.
 - г) Монохромная.

Правильный ответ: б) Аналоговая (родственная).

4. Что такое доминанта в композиции рекламы?
 - а) Самый мелкий элемент на макете.
 - б) Главный, наиболее заметный элемент, привлекающий внимание в первую очередь.
 - в) Фон изображения.
 - г) Текст в нижней части макета.

Правильный ответ: б) Главный, наиболее заметный элемент, привлекающий внимание в первую очередь.

5. Какой психологический эффект чаще всего ассоциируется с красным цветом в рекламе?
 - а) Спокойствие и умиротворение.
 - б) Энергия, страсть, срочность или опасность.
 - в) Надёжность и стабильность.
 - г) Профессионализм и технологичность.

Правильный ответ: б) Энергия, страсть, срочность или опасность.

6. Что такое ритм в композиции?
 - а) Хаотичное расположение элементов.
 - б) Повторение или чередование элементов для создания упорядоченности и динамики.
 - в) Использование только одной формы.
 - г) Отсутствие каких-либо элементов.

Правильный ответ: б) Повторение или чередование элементов для создания упорядоченности и динамики.

7. Какая задача не относится к компетенции ПК-3.1?
 - а) Разработка модных визуальных образов.
 - б) Создание коммерческих концепций дизайна одежды.

- в) Подбор цветовых гамм и материалов (ПК-3.2).
- г) Подготовка пояснительной записки (ПК-3.3).

Правильный ответ: в) Подбор цветовых гамм и материалов (ПК-3.2).

8. Что такое контраст в дизайне рекламы?
- а) Использование только одного цвета.
 - б) **Резкое различие между элементами (цветом, формой, размером) для выделения главного.**
 - в) Полное отсутствие деталей.
 - г) Сглаживание всех переходов.

Правильный ответ: б) Резкое различие между элементами (цветом, формой, размером) для выделения главного.

9. Что такое «работа с фигурой и фоном» в композиции?
- а) Использование только одного элемента на листе.
 - б) **Визуальное разделение главного объекта (фигуры) и второстепенного окружения (фона).**
 - в) Заполнение всего пространства текстом.
 - г) Отсутствие фона как такового.

Правильный ответ: б) Визуальное разделение главного объекта (фигуры) и второстепенного окружения (фона).

10. Какой из перечисленных носителей относится к графическим рекламным носителям?
- а) Телевидение.
 - б) Радио.
 - в) **Интернет-баннер.**
 - г) Промо-акции в магазине.

Правильный ответ: в) Интернет-баннер.

ПК-3.2 Подбирает и комбинирует цветовые гаммы, фактуры, формы, материалы, фурнитуру, аксессуары к моделям одежды с учетом возрастной физиологии и психологии, прогнозирует свойства и качество готовых моделей по их показателям.

1. Что такое ассоциативность в рекламе?
- а) Использование только прямых указаний на товар.
 - б) **Создание связей между товаром и определёнными образами, чувствами или идеями в сознании потребителя.**
 - в) Отсутствие какого-либо смысла в изображении.
 - г) Использование сложных технических терминов.

Правильный ответ: б) Создание связей между товаром и определёнными образами, чувствами или идеями в сознании потребителя.

2. Какая цветовая модель используется для экранов мониторов?
- а) CMYK (полиграфия).
 - б) **RGB (экраны).**
 - в) HSB (художественная).
 - г) Pantone (стандартизация).

Правильный ответ: б) RGB (экраны).

3. Что такое баланс чёрного, серого и белого пространств в композиции?
- а) Равномерное распределение только цветных элементов.
 - б) **Гармоничное соотношение тёмных, средних и светлых участков макета для создания глубины и акцента.**
 - в) Использование только чёрного цвета на белом фоне.
 - г) Отсутствие пустых мест на макете.

Правильный ответ: б) Гармоничное соотношение тёмных, средних и светлых участков макета для создания глубины и акцента.

4. Что такое «оптический центр» в композиции рекламы?
- а) Геометрический центр листа или экрана.
 - б) **Точка, на которую взгляд зрителя падает в первую очередь, не всегда совпадающая с геометрическим центром.**
 - в) Центр тяжести изображения по массе цветовых пятен.
 - г) Место размещения логотипа компании.

Правильный ответ: б) Точка, на которую взгляд зрителя падает в первую очередь, не всегда совпадающая с геометрическим центром.

5. Какой из перечисленных элементов не является частью пояснительной записки по ПК-3.3?
- а) Обоснование основной идеи проекта.
 - б) Культурно-исторические предпосылки развития одежды.
 - в) Описание преимуществ по отношению к аналогам.
 - г) Расчёт себестоимости материалов (ПК-2.2).

Правильный ответ: г) Расчёт себестоимости материалов (ПК-2.2).

6. Что такое «нюанс» в композиции рекламы?
- а) Резкое противопоставление элементов.
 - б) **Тонкое, едва заметное различие между элементами для создания изысканности и сложности образа.**
 - в) Полное повторение элементов без изменений.
 - г) Хаотичное нагромождение деталей.

Правильный ответ: б) Тонкое, едва заметное различие между элементами для создания изысканности и сложности образа.

7. Какая функция не свойственна рекламе как социально-экономическому явлению?
- а) Информационная функция — предоставление сведений о товаре или услуге.
 - б) **Воспитательная функция — формирование нравственных ценностей общества.**
 - в) Экономическая функция — стимулирование спроса и конкуренции.
 - г) Социальная функция — интеграция людей через общие ценности и потребности.

Правильный ответ: б) Воспитательная функция — формирование нравственных ценностей общества.

8. Что такое «пропорции» в композиции рекламы?
- а) Соотношение размеров и форм элементов друг к другу и ко всему макету для достижения гармонии и баланса.
 - б) Использование только больших элементов для привлечения внимания.
 - в) Расположение всех элементов по краю макета.
 - г) Отсутствие каких-либо соотношений между элементами.

Правильный ответ: а) Соотношение размеров и форм элементов друг к другу и ко всему макету для достижения гармонии и баланса.

9. Какой из перечисленных факторов не относится к физиологическим факторам восприятия композиции рекламы?
- а) Особенности зрения человека (цветовосприятие, адаптация к свету).
 - б) Возрастные изменения восприятия (острота зрения, цветовосприятие у пожилых людей).
 - в) Национальные и культурные особенности восприятия цвета и символов.
 - г) Психологическое состояние зрителя (усталость, концентрация внимания).

Правильный ответ: в) Национальные и культурные особенности восприятия цвета и символов.

10. Что такое «смысловой центр» композиции рекламы?
- а) Геометрический центр изображения.

- б) Место размещения самого дорогого элемента макета.
 - в) **Элемент или группа элементов, несущих ключевую идею рекламного сообщения.**
 - г) Пустое пространство на макете («воздух»).
- Правильный ответ:** в) Элемент или группа элементов, несущих ключевую идею рекламного сообщения.

ПК-3.3 Подготавливает пояснительную записку, включающей обоснование основной идеи проекта, культурно-исторических предпосылок эволюционного развития проектируемой одежды и обуви, обоснование формообразования, цветографической концепции и стиля, описание преимуществ по отношению к существующим аналогам.

1. Какой из перечисленных способов не является способом выделения элементов в рекламе?
 - а) Контраст по цвету или размеру.
 - б) Выделение светом или тенью.
 - в) Изоляция элемента от других.
 - г) **Использование одинаковых по всем параметрам элементов для создания монотонности.**

Правильный ответ: г) Использование одинаковых по всем параметрам элементов для создания монотонности.
2. Какая задача относится к компетенции ПК-3.2?
 - а) Разработка визуальных образов одежды (ПК-3.1).
 - б) Подбор и комбинирование цветовых гамм, фактур, форм, материалов с учётом возрастной физиологии и психологии.
 - в) Подготовка пояснительной записки (ПК-3.3).
 - г) Создание технической документации (ПК-2.3).

Правильный ответ: б) Подбор и комбинирование цветовых гамм, фактур, форм, материалов с учётом возрастной физиологии и психологии.
3. Что такое «динамика линий» в графике костюма?
 - а) Использование только прямых линий.
 - б) Передача движения и пластики через характер линий эскиза.
 - в) Отсутствие линий в композиции.
 - г) Использование только пунктирных линий.

Правильный ответ: б) Передача движения и пластики через характер линий эскиза.
4. Что является основным средством выражения художественного образа?
 - а) Цвет.
 - б) Текстура.
 - в) **Форма.**
 - г) Материал.

Правильный ответ: в) Форма.
5. Какой из перечисленных методов относится к технологиям рекламного воздействия?
 - а) Технология производства печатных плат для электроники.
 - б) **Эмоциональное воздействие через образы и метафоры .**
 - в) Рациональное воздействие через факты и аргументы.
 - г) Психологическое воздействие через архетипы и стереотипы.

Правильный ответ: б) Эмоциональное воздействие через образы и метафоры, также верны варианты
6. Что предполагает подготовка пояснительной записки по ПК-3.3?
 - а) Только описание используемых материалов.

- б) Обоснование идеи проекта, культурно-исторических предпосылок, формообразования, цветографической концепции и преимуществ перед аналогами.
- в) Расчёт экономической эффективности модели (ПК-2.2).
- г) Составление списка поставщиков тканей.

Правильный ответ: б) Обоснование идеи проекта, культурно-исторических предпосылок, формообразования, цветографической концепции и преимуществ перед аналогами.

7. Какая схема композиции предполагает размещение главного элемента не в центре, а со смещением для создания напряжения?
- а) Симметричная композиция.
 - б) **Асимметричная композиция.**
 - в) Радиальная композиция.
 - г) Фронтальная композиция.

Правильный ответ: б) Асимметричная композиция.

8. Что такое «равновесие композиции»?
- а) Когда все элементы одинакового размера.
 - б) **Состояние визуальной устойчивости макета, при котором ни одна часть не перевешивает другую.**
 - в) Использование только горизонтальных линий.
 - г) Отсутствие пустого пространства.

Правильный ответ: б) Состояние визуальной устойчивости макета, при котором ни одна часть не перевешивает другую.

9. Какой из перечисленных эффектов цвета связан с восприятием тепла или холода?
- а) **Психологический температурный эффект цвета.**
 - б) Психологический эффект веса цвета.
 - в) Психологический эффект размера цвета.
 - г) Психологический эффект звука цвета.

Правильный ответ: а) Психологический температурный эффект цвета.

10. Что является конечным результатом работы по компетенции ПК-3?
- а) Готовый финансовый отчёт о продажах коллекции.
 - б) **Разработанная коллекция моделей одежды с уникальным стилем, визуальными образами и конструктивными решениями.**
 - в) Построенный завод по производству одежды.
 - г) Подготовленный договор поставки тканей.

Правильный ответ: б) Разработанная коллекция моделей одежды с уникальным стилем, визуальными образами и конструктивными решениями.

ПК-4. Способен конструировать модели (коллекций) детской одежды и обуви, проводить испытания изготовленных образцов.

ПК-4.1 Разрабатывает конструкции моделей одежды и выбирает оптимальные конструктивные и композиционные решения для создания безопасной, удобной, функциональной, практичной и эстетичной одежды.

1. Какая основная задача стоит перед дизайнером при создании рекламы в интернете?
- а) Использовать как можно больше текста.
 - б) Создать яркий визуальный образ, адаптированный под цифровые носители.
 - в) Полностью скопировать макет печатной рекламы.
 - г) Игнорировать требования к формату баннеров.

Правильный ответ: б) Создать яркий визуальный образ, адаптированный под цифровые носители.

2. Что обязательно должно быть указано в рекламе согласно Закону о рекламе?
- а) Только цена товара.
 - б) Сведения о лицензии, если товар или услуга подлежат лицензированию.
 - в) Личное мнение дизайнера о продукте.
 - г) Цвет фона макета.
- Правильный ответ:** б) Сведения о лицензии, если товар или услуга подлежат лицензированию.
3. Какой элемент печатной рекламы отвечает за привлечение первичного внимания читателя?
- а) Основной текст.
 - б) **Заголовок.**
 - в) Контактная информация.
 - г) Логотип компании.
- Правильный ответ:** б) Заголовок.
4. Что такое «апробация экспериментальных моделей» в рамках ПК-4.2?
- а) Разработка эскиза на бумаге.
 - б) **Изготовление опытного образца, его примерка и устранение дефектов.**
 - в) Подбор фурнитуры для коллекции.
 - г) Оформление выставки готовых изделий.
- Правильный ответ:** б) Изготовление опытного образца, его примерка и устранение дефектов.
5. Какой материал чаще всего используется для изготовления конструкций наружной рекламы?
- а) Обычная бумага.
 - б) **Винил, пластик, композитные панели, баннерная ткань.**
 - в) Ткань для одежды.
 - г) Стекло без обработки.
- Правильный ответ:** б) Винил, пластик, композитные панели, баннерная ткань.
6. Что такое «реклама на транспорте»?
- а) Реклама внутри салона автомобиля для водителя.
 - б) **Рекламные изображения и тексты, размещённые на кузове общественного или коммерческого транспорта.**
 - в) Объявление о продаже автомобиля.
 - г) Реклама в журналах для автолюбителей.
- Правильный ответ:** б) Рекламные изображения и тексты, размещённые на кузове общественного или коммерческого транспорта.
7. Какой из перечисленных видов рекламы запрещён законодательством РФ?
- а) Реклама продуктов питания.
 - б) Реклама товаров для детей.
 - в) **Реклама, содержащая нецензурную лексику или порнографию.**
 - г) Социальная реклама.
- Правильный ответ:** в) Реклама, содержащая нецензурную лексику или порнографию.
8. Какая задача не относится к компетенции ПК-4.1 при конструировании детской одежды?
- а) Обеспечение безопасности изделия (отсутствие острых деталей, токсичных красителей).
 - б) Создание удобной и функциональной одежды с учётом возрастных особенностей.
 - в) **Разработка рекламной концепции для продвижения коллекции (ПК-4.3).**
 - г) Выбор оптимальных материалов и фурнитуры.
- Правильный ответ:** в) Разработка рекламной концепции для продвижения коллекции (ПК-4.3).
9. Что такое «световая реклама»?

а) Реклама, напечатанная светящимися красками на бумаге.

б) Рекламные конструкции с внутренней или внешней подсветкой (неон, светодиоды).

в) Текст рекламы, набранный белым шрифтом на чёрном фоне.

г) Реклама, которая звучит по радио в ночное время.

Правильный ответ: б) Рекламные конструкции с внутренней или внешней подсветкой (неон, светодиоды).

10. Какой приём используется для создания эффективного рекламного текста?

а) Использование сложных технических терминов для солидности.

б) Краткость, ясность, акцент на выгодах для потребителя и призыв к действию.

в) Написание текста только заглавными буквами для привлечения внимания.

г) Отсутствие знаков препинания для создания динамики.

Правильный ответ: б) Краткость, ясность, акцент на выгодах для потребителя и призыв к действию.

ПК-4.2 Изготавливает и апробирует экспериментальные модели (опытные образцы), одежды, находит и устраняет конструктивные и технологические дефекты.

1. Что является основной целью ПК-4.3?

а) Разработка конструкции обуви (ПК-4.1).

б) Оформление показов, презентаций и выставок коллекций детской одежды и обуви.

в) Устранение технологических дефектов (ПК-4.2).

г) Расчёт себестоимости изделий (ПК-2.2).

Правильный ответ: б) Оформление показов, презентаций и выставок коллекций детской одежды и обуви.

2. Какой формат баннера является стандартным для контекстной рекламы в интернете?

а) А0 (большой плакат).

б) Специфические размеры, например, 240×400 пикселей или 728×90 пикселей («небоскрёб», «лидерборд»). в) Квадратный лист А4.

г) Форма круга диаметром 1 метр.

Правильный ответ: б) Специфические размеры, например, 240×400 пикселей или 728×90 пикселей («небоскрёб», «лидерборд»).

3. Что такое «вербальные элементы» в печатной рекламе?

а) Иллюстрации и фотографии.

б) Текстовая часть: заголовки, основной текст, слоганы, призывы к действию (call to action).

в) Логотипы и товарные знаки (они могут быть графическими).

г) Цветовая гамма макета.

Правильный ответ: б) Текстовая часть: заголовки, основной текст, слоганы, призывы к действию (call to action).

4. Какое требование является ключевым для наружной рекламы?

а) Мелкий шрифт и большое количество деталей для информативности (наоборот, это плохо). **б) Крупный шрифт, минимум текста и яркое изображение для считывания за несколько секунд.**

в) Использование только чёрно-белой гаммы для экономии краски (наоборот, важна яркость). г) Сложная композиция с множеством мелких объектов (наоборот, нужна простота).

Правильный ответ: б) Крупный шрифт, минимум текста и яркое изображение для считывания за несколько секунд.

5. Что такое «визуальные элементы» в печатной рекламе?

- а) Слоган компании.
- б) Иллюстрации, фотографии, графика, цветовое решение и композиция макета.
- в) Адрес магазина.
- г) Телефон горячей линии.

Правильный ответ: б) Иллюстрации, фотографии, графика, цветовое решение и композиция макета.

6. Какой из перечисленных товаров запрещено рекламировать на территории РФ?
- а) Детские игрушки.
 - б) Одежда.
 - в) Табачные изделия.
 - г) Продукты питания.

Правильный ответ: в) Табачные изделия.

7. Что такое «методы оценки характеристик обзора» наружной рекламы?
- а) Подсчёт количества напечатанных плакатов.
 - б) **Анализ видимости рекламного носителя с разных точек обзора: расстояние считывания, угол обзора, наличие препятствий (деревья, здания) .**
 - в) Оценка стоимости аренды щита.
 - г) Выбор цвета подсветки.

Правильный ответ: б) Анализ видимости рекламного носителя с разных точек обзора: расстояние считывания, угол обзора, наличие препятствий (деревья, здания).

8. Какая задача дизайнера при создании интернет-баннера является приоритетной?
- а) **Привлечь внимание пользователя за доли секунды и мотивировать его кликнуть по рекламе (переход на сайт).**
 - б) Разместить как можно больше мелкого текста с условиями акции.
 - в) Скопировать дизайн печатного буклета.
 - г) Использовать сложную анимацию без чёткого посыла.

Правильный ответ: а) Привлечь внимание пользователя за доли секунды и мотивировать его кликнуть по рекламе (переход на сайт).

9. Что предполагает компетенция ПК-4.2 при работе с опытными образцами одежды?
- а) Только изготовление моделей без проверки их свойств
 - б) **Изготовление и апробация экспериментальных моделей (опытных образцов), нахождение и устранение конструктивных и технологических дефектов.**
 - в) Разработка рекламных буклетов для коллекции — это не относится к ПК-4.2.
 - г) Проведение презентаций готовых коллекций — это ПК-4.3.

Правильный ответ: б) Изготовление и апробация экспериментальных моделей (опытных образцов), нахождение и устранение конструктивных и технологических дефектов.

10. В чём заключается основная задача ПК-4.1 при конструировании детской одежды?

- а) Создание только эстетичной одежды без учёта удобства
- б) Разработка только модных тенденций
- в) **Разработка конструкций моделей одежды и выбор оптимальных конструктивных и композиционных решений для создания безопасной, удобной, функциональной, практичной и эстетичной одежды.**
- г) Оформление выставок коллекций детской одежды — это ПК-4.3.

Правильный ответ: в) Разработка конструкций моделей одежды и выбор оптимальных конструктивных и композиционных решений для создания безопасной, удобной, функциональной, практичной и эстетичной одежды.

ПК-4.3 Оформляет показы, просмотры, обзоры, презентации, выставки коллекций.

1. Что такое «рекламный текст»?
 - а) Любой текст в интернете.
 - б) **Информационное сообщение о товаре или услуге с целью продвижения на рынке**
 - в) Художественное произведение.
 - г) Техническая инструкция к товару.

Правильный ответ: б) Информационное сообщение о товаре или услуге с целью продвижения на рынке.
2. Какой из перечисленных носителей не относится к интернет-рекламе?
 - а) Баннерная реклама.
 - б) Контекстная реклама.
 - в) **Телевизионная реклама.**
 - г) Реклама в социальных сетях (SMM).

Правильный ответ: в) Телевизионная реклама.
3. Что такое «правила создания эффективного текста» в рекламе?
 - а) Использование сложных предложений и редких слов.
 - б) **Простота изложения, акцент на выгодах клиента («вы подходите», а не «мы производим»), наличие призыва к действию (СТА).**
 - в) Отсутствие структуры: заголовка, основной части и заключения.
 - г) Написание текста от третьего лица без обращения к аудитории.

Правильный ответ: б) Простота изложения, акцент на выгодах клиента («вы подходите», а не «мы производим»), наличие призыва к действию (СТА).
4. Какая функция не свойственна наружной рекламе?
 - а) Имиджевая функция — формирование бренда.
 - б) Навигационная функция — указание местоположения.
 - в) Информирование о скидках и акциях.
 - г) **Детальное описание технических характеристик сложного оборудования — это задача печатной рекламы или сайта.**

Правильный ответ: г) Детальное описание технических характеристик сложного оборудования — это задача печатной рекламы или сайта.
5. Что такое «показ коллекции» согласно ПК-4.3?
 - а) Продажа одежды в розницу в торговом зале — это коммерческая деятельность.
 - б) **Публичная демонстрация моделей одежды на подиуме или в выставочном пространстве с целью презентации новой коллекции.**
 - в) Фотосъёмка для каталога — это часть подготовки к показу/маркетинга.
 - г) Разработка лекал для пошива — это ПК-4.1.

Правильный ответ: б) Публичная демонстрация моделей одежды на подиуме или в выставочном пространстве с целью презентации новой коллекции.
6. Какой из перечисленных методов является технологией рекламного воздействия в интернете?
 - а) Печать листовок в типографии.
 - б) **Ретаргетинг (показ рекламы тем, кто уже посещал сайт), таргетинг по интересам.**
 - в) Изготовление неоновой вывески.
 - г) Аренда билборда

Правильный ответ: б) Ретаргетинг (показ рекламы тем, кто уже посещал сайт), таргетинг по интересам.
7. Что такое «запрещённая реклама» согласно законодательству?
 - а) Реклама товаров по акции со скидкой 50%.

б) **Реклама товаров, запрещённых к обороту (наркотики), а также недобросовестная, недостоверная или неэтичная реклама.**

в) Реклама новых коллекций одежды.

г) Социальная реклама здорового образа жизни.

Правильный ответ: б) Реклама товаров, запрещённых к обороту (наркотики), а также недобросовестная, недостоверная или неэтичная реклама.

8. Какой элемент является связующим звеном между вербальной (текстовой) и визуальной частью печатной рекламы?

а) Контактный телефон.

б) **Слоган или заголовок, который соотносится с изображением по смыслу.**

в) Дата выхода журнала.

г) Цена товара.

Правильный ответ: б) Слоган или заголовок, который соотносится с изображением по смыслу.

9. Что такое «композиционный центр» в дизайне рекламы?

а) Самый нижний элемент макета .

б) **Зона макета с максимальной концентрацией визуальных элементов или контраста, притягивающая взгляд в первую очередь.**

в) Пустое пространство вокруг главного объекта («воздух»).

г) Рамка по периметру макета.

Правильный ответ: б) Зона макета с максимальной концентрацией визуальных элементов или контраста, притягивающая взгляд в первую очередь.

10. В чём заключается специфика проектирования детской одежды по сравнению со взрослой (ПК-4)?

а) Использование только дорогих натуральных тканей

б) **Учёт возрастных физиологических особенностей (рост, пропорции тела), требований безопасности материалов и удобства движений ребёнка.**

в) Копирование взрослой моды без изменений

г) Игнорирование требований к эргономике

Правильный ответ: б) Учёт возрастных физиологических особенностей (рост, пропорции тела), требований безопасности материалов и удобства движений ребёнка.