

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение инклюзивного высшего образования  
**«Московский государственный  
гуманитарно-экономический университет»  
(ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**ФТД.02 Инклюзивный медиадизайн**

образовательная программа направления подготовки 42.03.02 Журналистика

**Направленность (профиль)**  
Интернет-журналистика

Москва 2023

Разработчик: доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций МГГЭУ  
место работы, занимаемая должность

  
подпись Ермолаева Н.Ю. 23.03. 2023 г.  
Ф.И.О. Дата

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций

(протокол № 5 от «23» марта 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ

(протокол № 3 от «26» апреля 2023 г.)

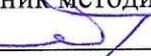
СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления

  
И.Г. Дмитриева

«26» 09 2023 г.

Начальник методического отдела

  
Д.Е. Гапеенок

«26» 04 2023 г.

Заведующий библиотекой

  
В.А. Ахтырская

«26» 06 2023 г.

Декан факультета

  
Л.С. Астахова

«14» 05 2023 г.

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень оценочных средств
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «**Инклюзивный медиадизайн**»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.), предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Творческое задание	Средство, позволяющее оценить способность обучающихся найти способ применения полученных знаний в ситуации, имеющей элемент неизвестности.	Описание задачи, необходимой для выполнения
3	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовые задания

### **3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Оценивание результатов обучения по дисциплине «Инклюзивный медиадизайн» осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

Таблица 3.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Вид учебных занятий, работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций	Контролируемые разделы и темы дисциплины	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции	Критерии оценивания результатов обучения
УК-1	Знает					
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено»	УК-1.1. Недостаточно знает базовые подходы к дизайну	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Не знает, либо не имеет четкого представления, допускает грубые ошибки в базовых подходах к дизайну
	Базовый уровень Оценка, «зачтено»	УК-1.1. На базовом уровне знает базовые подходы к дизайну	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Знает основные категории, однако не ориентируется в специфике базовых подходов к дизайну
	Средний уровень Оценка «зачтено»	УК-1.1. На среднем уровне знает базовые подходы к дизайну	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Понимает специфику категорий медиадизайна и инклюзивного дизайна
	Высокий уровень Оценка «зачтено»	УК-1.1. На высоком уровне знает базовые подходы к дизайну	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Выделяет характерный авторский подход, соотносит специфику подходов к медиадизайну
	Умеет					
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено»	УК-1.2. Недостаточно умеет анализировать законы восприятия медиапродукта	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Творческое задание	Не знает, либо не имеет четкого представления, допускает грубые ошибки в базовых подходах к дизайну
	Базовый уровень	УК-1.2. На базовом уровне	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Знает основные категории, однако не

Оценка, «зачтено»	умеет анализировать законы восприятия медиапродукта	работа				ориентируется в специфике законов восприятия медиапродукта
Средний уровень Оценка «зачтено»	УК-1.2. На среднем уровне умеет анализировать законы восприятия медиапродукта	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8		Коллоквиум, тест	Понимает специфику законов восприятия медиапродукта
Высокий уровень Оценка «зачтено»	УК-1.2. На высоком уровне умеет анализировать законы восприятия медиапродукта	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8		Коллоквиум, тест	Выделяет характерный авторский подход, соотносит специфику законов восприятия медиапродукта
Владеет						
Недостаточн ый уровень Оценка «не зачтено»	УК-1.3. Недостаточно владеет методикой оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8		Коллоквиум, тест	Не знает, либо не имеет четкого представления, допускает грубые ошибки в методике оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода
Базовый уровень Оценка,	УК-1.3. На базовом уровне владеет	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8		Коллоквиум, тест	Знает основные категории, однако не ориентируется

	«зачтено»	методикой оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода				методике оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода
	Средний уровень Оценка «зачтено»	УК-1.3. На среднем уровне владеет методикой оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Понимает специфику методики оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода
	Высокий уровень Оценка «зачтено»	УК-1.3. На высоком уровне владеет методикой оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Выделяет характерный авторский подход, соотносит методику оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода
Знает						
УК-5	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено»	УК-5.1. Недостаточно знает основные тенденции	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Не знает, либо не имеет четкого представления, допускает грубые ошибки в оценке визуальной концепции

		взаимодействи я визуального облика СМИ и аудитории				СМИ на базе инклюзивного подхода
Базовый уровень Оценка, «зачтено»	УК-5.1. На базовом уровне знает основные тенденции взаимодействи я визуального облика СМИ и аудитории	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Знает основные категории, однако не ориентируется в методике оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода	
Средний уровень Оценка «зачтено»	УК-5.1. На среднем уровне знает основные тенденции взаимодействи я визуального облика СМИ и аудитории	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Понимает специфику методики оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода	
Высокий уровень Оценка «зачтено»	УК-5.1. На высоком уровне знает основные тенденции взаимодействи я визуального облика СМИ и аудитории	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Выделяет характерный авторский подход, соотносит специфику методики оценки визуальной концепции СМИ на базе инклюзивного подхода	
Умеет						

Недостаточный уровень Оценка «не зачтено»	УК-5.2. Недостаточно использует в профессиональной творческой деятельности подходы к анализу аудитории	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Не знает, либо не имеет четкого представления, допускает грубые ошибки в базовых подходах к дизайну
Базовый уровень Оценка, «зачтено»	УК-5.2. На базовом уровне использует в профессиональной творческой деятельности подходы к анализу аудитории	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Знает основные категории, однако не ориентируется в подходах к анализу аудитории
Средний уровень Оценка «зачтено»	УК-5.2. На среднем уровне использует в профессиональной творческой деятельности подходы к анализу аудитории	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Понимает специфику подходов к анализу аудитории
Высокий уровень Оценка «зачтено»	УК-5.2. На высоком уровне использует в профессиональной творческой	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Выделяет характерный авторский подход, соотносит специфику подходов к анализу аудитории

		деятельности подходы к анализу аудитории				
Владеет						
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено»	УК-5.3. Недостаточно владеет приемами создания авторских решений в области медиадизайна	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Не знает, либо не имеет четкого представления, допускает грубые ошибки во владении приемами создания авторских решений в области медиадизайна
	Базовый уровень Оценка, «зачтено»	УК-5.3. На базовом уровне владеет приемами создания авторских решений в области медиадизайна	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Знает основные категории, однако не ориентируется в приемах создания авторских решений в области медиадизайна
	Средний уровень Оценка «зачтено»	УК-5.3. На среднем уровне владеет приемами создания авторских решений в области медиадизайна	Лекционные, практические занятия, самостоятельная работа	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Понимает специфику приемов создания авторских решений в области медиадизайна
	Высокий	УК-5.3. На	Лекционные, практические	Темы 1-8	Коллоквиум, тест	Выделяет характерный

	уровень Оценка «зачтено»	высоком уровне владеет приемами создания авторских решений в области медиадизайна	занятия, самостоятельная работа			авторский подход, соотносит приемы создания авторских решений в области медиадизайна
--	--------------------------------	--	------------------------------------	--	--	--

## 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

Творческое задание по теме «Дизайн прессы»: создание визуальной концепции печатного издания.

Задание: разработать концепцию дизайна печатного средства массовой информации газеты или журнала (по выбору).

При разработке необходимо учитывать следующие позиции:

- **формула издания**, миссия, главные задачи, смыслообразующая характеристика.
- **типологическая** концепция, которая разъясняет содержание и литературно-художественные формы издания.
- **графическая** концепция, которая охватывает структуру и оформление издания.
- **организационная** концепция, которая описывает работу редакции.

Задание необходимо представить в виде связного текста с включением изображений и графических элементов.

Показатели оценивания:

**«зачтено»** выставляется, если обучающийся продемонстрировал высокий уровень ориентированности в вопросах дизайна и верстки печатных СМИ и применил эти знания при создании собственной концепции; концепция отличается оригинальностью, обращена к конкретной целевой аудитории;

**«не зачтено»** выставляется, если задание выполнено формально, концепция характеризуется вторичностью и слабой аргументированностью.

## **5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации**

### **Вопросы для коллоквиума**

#### **Тема 1. Введение. Базовые принципы дизайна.**

1. Как необходимо группировать элементы в дизайне?
2. Почему сгруппированные элементы воспринимаются как логически связанные?
3. Как в дизайне обозначить, что элементы не связаны друг с другом по смыслу?
4. Как организовывается свободное пространство?
5. Какие виды выравнивания элементов вам известны?
6. Почему выравнивание по центру часто является не слишком удачным вариантом?
7. За счет чего достигается принцип повторения?
8. Как различить контраст и конфликт в дизайне?

#### **Тема 2. Типографика. Гарнитура и шрифт.**

1. Как различаются понятия шрифтового файла и гарнитуры?
2. Какие виды засечек вы знаете?
3. В чем особенности антиквы старого стиля, переходной антиквы и антиквы нового стиля?
4. Как используются акцидентные шрифты?
5. Для чего используются декоративные шрифты?
6. Каковы характеристики наборного шрифта?

#### **Тема 3. Дизайн прессы.**

1. Чем отличается первая (титовая) полоса газеты?
2. В чем особенности оформления последней полосы газеты?
3. Чем характеризуется многоколоночная верстка?
4. В чем суть модульной системы верстки?
5. Чем принципиально отличается журнальная верстка от газеты?

#### **Тема 4. Правила набора текста.**

1. Как необходимо работать с абзачным отступом?
2. Что такое концевая строка?
3. Как набираются переносы слов?
4. Как используются знаки в наборе?

#### **Тема 5. Использование изображений в дизайне.**

1. В чем особенность монохромных газет?
2. Каковы психологические особенности восприятия различных цветов?
3. Почему цветовое пространство CMYK является субтрактивным?
4. В чем отличие RGB от CMYK?
5. Какие типы изображений в прессе можно выделить?
6. В чем особенность растровой и векторной графики?

#### **Тема 6. Фотография как часть композиции СМИ.**

1. Что такое информационный снимок?
2. Чем занимается бильдредактор?
3. Каковы черты фотоинформации?

4. Чем отличается фотопортрет?
5. Что такое фоторепортаж?
6. Какие дополнительные жанры фотожурналистики можно выделить?

#### **Тема 7. Дизайн на телевидении.**

1. Что такое бренд телеканала?
2. Что включает внешний промоушен?
3. Что такое эфирный промоушен?
4. Какие инклюзивные технологии применяются при создании телевизионного дизайна?

#### **Тема 8. Дизайн интернет-СМИ.**

1. Охарактеризуйте понятие «юзабилити».
2. В чем особенность интерактивного инклюзивного дизайна?

Контролируемые компетенции: УК-1,5.

### **Тестовые задания**

1. В переводе с английского языка слово «дизайн» означает:

1. проектировать
  2. проект
  3. чертить
  4. план
2. Дизайн – это ...

1. художественное конструирование
2. вид художественной деятельности, проектирование промышленных изделий, обладающих эстетическими свойствами
3. принцип сочетания удобства, экономичности и красоты
4. различные виды проектировочной деятельности, имеющей целью формирование эстетических и функциональных качеств предметной среды.

3. Основной принцип формообразования в дизайне заключается:

1. в форме
2. в образе
3. в эстетике
4. в композиции

4. Разработка специальных пакетов графических и инженерно-конструкторских программ относится

1. к дизайну среды
2. к компьютерному дизайну
3. к графическому дизайну
4. к дизайну процессов

5. В переводе с греческого «эргономика» означает

1. закон работы
2. приспособление должностных обязанностей
3. законы о работе
4. рабочие законы

6. Удобочитаемость надписи не зависит:

1. от соотношения толщины основного штриха и внутрибуквенного просвета;

2. от размеров надписи;
3. от ее окружения;
4. от расстановки слов;
7. Поставщики, конкуренты, потребители, местные органы управления – это
  1. факторы внутренней среды
  2. факторы внешней среды прямого воздействия
  3. факторы внешней среды косвенного воздействия
  4. факторы воздействия на среду
8. Торговая марка включает в себя:
  1. маркировку товара, марочное имя, товарный знак
  2. марочное имя, марочный знак, бренд
  3. марочное имя, марочный знак, товарный знак
  4. товарный знак, марочное имя, эмблему
9. Ощущение довольства или чувство разочарования, возникающее у человека, сравнивающего свои предварительные ожидания и реальные качества приобретенного товара, называется
  1. ценность товара
  2. потребность
  3. нужда
  4. удовлетворение
10. Авторское право регулируется нормами
  1. Налогового кодекса РФ
  2. Административного кодекса РФ
  3. Уголовно-процессуального кодекса РФ
  4. Гражданского кодекса РФ
11. Коммуникационный процесс состоит из следующих элементов:
  1. сообщение, канал, отправитель, действие, обратная связь
  2. отправитель, сообщение, канал, получатель, обратная связь
  3. отправитель, обращение, получатель, действие, обратная связь
  4. действие, канал, сообщение, обратная связь
12. К типичным этапам брендинга не относится
  1. анализ рынка
  2. определение концепции бренда
  3. позиционирование
  4. разработка эскиза марочного знака
13. Художественное средство, благодаря которому достигается графическое оформление печатного текста посредством набора и верстки называется
  1. графика
  2. дизайн-графика
  3. шрифт
  4. типографика
14. Ребрендинг – это
  1. комплекс мероприятий по изменению всего бренда, либо его составляющих
  2. дифференциация бренда (усиление его уникальности)
  3. усиление бренда (рост лояльности потребителей)
  4. увеличение целевой аудитории бренда (привлечение новых потребителей)
15. Жизненным циклом товара называют
  1. срок годности товара
  2. время службы до первого ремонта
  3. время, прошедшее от создания товара до его утилизации
  4. время существования товара на рынке
16. Первой стадией в создании нового продукта является

1. управленческий анализ
  2. конструирование товара
  3. появление идеи
  4. все ответы верны
- 17.Позиционирование товара - это
1. конкретные мероприятия по закреплению места товара на рынке
  2. его конкурентоспособность
  3. определение названия товару
  4. нет правильного ответа
- 18.В Англии вышла первая в мире газета «Weekly News», на страницах которой размещалась реклама. Это событие произошло в
1. 1630 году
  2. 1622 году
  3. 1629 году
  4. 1665 году
- 19.На стадии подготовки управленческого решения
1. производится экономический анализ ситуации, сбор и обработка информации, формулируются проблемы
  2. осуществляется разработка возможных решений
  3. принимаются меры для конкретизации решения
  4. проводятся специальные презентации
- 20.Первая школа промышленного дизайна была открыта в 1919 г. в Веймаре. Она называлась
1. ВХУТЕМАС
  2. «Веркбунд»
  3. «Баухаус»
  4. «WPP-group»
- 21.Потребность, подкрепленная покупательской способностью, это
1. спрос
  2. нужда
  3. товар
  4. трансферта
- 22.Товарная марка предназначена для того, чтобы
1. компенсировать недостающее товару качество
  2. обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
  3. дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
  4. все ответы верны
- 23.Систематическая подготовка принятия решений о целях, средствах и действиях путем целенаправленной сравнительной оценки различных действий в ожидаемых условиях, называется
1. планированием
  2. организацией
  3. стратегией
  4. контролем
- 24.Первым промышленным дизайнером был
1. Ван де Вельде
  2. Петер Беренс
  3. Анри Ван де Вельде
  4. Томас Чиппендейл
- 25.Внешняя среда характеризуется
1. сложностью, непредсказуемостью, подвижностью
  2. сложностью, масштабностью, предсказуемостью

3. стабильностью, предсказуемостью, управляемостью
4. всеми вышеперечисленными свойствами
- 26.Фирменный стиль содержит обычно не более
  1. 3-х цветов
  2. 4-х цветов
  3. 2-х цветов
  4. все ответы верны
- 27.Товарная марка предназначена для того, чтобы:
  1. компенсировать недостающее товару качество
  2. обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
  3. дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
  4. правильного ответа нет
- 28.Логотип - это элемент фирменного стиля представляющий собой
  1. оригинальное начертание производителя товара
  2. графическое изображение
  3. фирменную гамму цветов
  4. фирменный блок
- 29.Стиль потребления – это
  1. собственный подход к выбору товара
  2. выбор качественных характеристик товара
  3. набор правил, вырабатываемых у человека опытным путем, а также диктуемые ему приемы выбора и использования товара
  4. покупательское поведение при выборе товара
- 30.Дисциплина, изучающая функциональные особенности и возможности человека в процессе его деятельности, взаимодействия с окружающими предметами, называется
  1. бионика
  2. биология
  3. эргономика
  4. психология
- 31.Объемное изображение, которое дает представление о пространственной структуре, размерах и пропорциях объекта называется
  1. перспектива
  2. эскиз
  3. макет
  4. чертеж
- 32.К инструментам маркетинга при создании продукта не относится
  1. реклама
  2. идея нового продукта
  3. сервисное обслуживание
  4. гибкая политика цен
- 33.Четкое разделение труда
  1. желательно для любой организации
  2. необходимо для любой организации
  3. не всегда обязательно для организации
  4. не используется
- 34.Фирменный стиль – это
  1. оболочка, которую наполняют конкретным содержанием.
  2. средство формирования имиджа фирмы,
  3. индивидуальность фирмы, вынесенная на обозрение.
  4. это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным мероприятиям;

улучшают запоминаемость и восприятие покупателями, партнерами, независимыми наблюдателями не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности

35. Факторы, относящиеся к внутренней среде организации

1. цели, задачи, технология, реклама, персонал
2. цели, задачи, технология, структура, персонал
3. потребители, поставщики, местные органы управления
4. все вышеперечисленные факторы

36. Предпроектный анализ - это

1. поиск приемов решения поставленной задачи
2. выдвижение новых конструктивно-художественных идей
3. сбор и обобщение сведений об особенностях выдвинутой жизнью проектной задачи
4. выработка дизайн – концепции

37. Назовите функции, которые выполняет товарный знак как образ индивидуальности товара компании:

1. идентификационную
2. эстетическую
3. коммуникационную
4. информационную

38. «Рабочими категориями» дизайнерского процесса являются три взаимосвязанных позиции

1. идея
2. идентификация
3. функция
4. эстетическая ценность

39. К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы

1. товарный знак
2. логотип
3. фирменный блок
4. реклама

40. Графический примитив - это...

1. Инструмент растрового редактора
2. Описание одного пикселя изображения в видеопамяти
3. Простейший элемент при формировании векторного графического изображения
4. Очень простой рисунок, созданный с помощью графического редактора Paint

41. Точка графического экрана может быть окрашена в один из следующих цветов: красный, зеленый, черный, коричневый. Какой объем видеопамяти будет выделен для хранения одного пикселя такого изображения?

1. 4 бита
2. 2 байта
3. 2 бита
4. 3 бита

42. Минимальным элементом векторного графического редактора является...

1. пиксель
2. растр
3. графический примитив
4. вектор

43. К устройствам вывода графической информации относятся...

1. дисплей
2. сканер
3. мышь
4. клавиатура

44. Что можно отнести к достоинствам растровой графики по сравнению с векторной?
1. малый объем графических файлов
  2. фотографическое качество изображения
  3. высокое качество печати изображения на принтере
  4. возможность поточного редактирования изображения
45. В видеопамяти хранится информация....
1. о графических примитивах, составляющих изображение
  2. о цвете каждого пикселя на экране
  3. о нескольких последних измерениях, внесенных в рисунок
  4. о последовательности кадров движущегося изображения
46. Минимальным элементом растрового графического редактора является...
1. пиксель
  2. растр
  3. графический примитив
  4. вектор
47. Какие технологии относятся к мультимедиа?
1. технология изготовления современного покрытия с использованием компьютерного управления
  2. информационные компьютерные технологии с одновременным использованием нескольких видов информации
  3. технология развития физических способностей человека с использованием компьютерного тестирования и управления
  4. технология изготовления компьютеров и программного обеспечения к ним
48. Важная особенность мультимедиа технологии является
1. анимация
  2. интерактивность
  3. многозадачность
  4. оптимизация
49. Где используются мультимедиа технологии?
1. реклама - представление мультимедийных рекламных материалов
  2. наука - моделирование сложных процессов
  3. техника - конструирование сложной техники и проверка ее характеристик посредством компьютерного моделирования
  4. искусство - представление музейных материалов посредством использования интерактивных мультимедийных видео экскурсий
50. Какое устройство преобразует переменный ток звуковой частоты в звук?
1. громкоговоритель, наушники
  2. цифровой аналоговый преобразователь
  3. аналого-цифровой преобразователь
  4. магнитная головка магнитофона
51. Гиперссылка - это...
1. любое слово или любая картинка
  2. слово, группа слов или картинка, при подведении мыши к которой, курсор принимает форму человеческой руки
  3. очень большой текст
  4. текст, использующий шрифт большого размера
52. Какие презентации считаются интерактивными?
1. презентации, в которых задан сценарий изложения информации и изменить его можно незначительно используя гиперссылки, но можно произвольно выбирать время демонстрации каждого слайда.
  2. презентации, в которых можно произвольно выбирать порядок представления информации и время демонстрации каждого слайда.

3.презентации, в которых жёстко задан порядок представления материала и жёстко задано время демонстрации каждого слайда и всей презентации. Обычно они выполняются в автоматическом режиме.

53.Графическое изображение имеет размер 640x400 и выполнено в 4-цветной палитре. Определить объем видеопамяти.

- 1.64 Кб
- 2.62,5 Кб
- 3.500 байт
- 4.3200 байт

54.Графическое изображение в полной экран занимает в видеопамяти 32000 байтов. Дисплей работает в режиме 320x400 пикселей. Сколько цветов в палитре?

- 1.3
- 2.2
- 3.4
- 4.1

55.Для кодирования красного цвета служит код 001. Сколько цветов содержит палитра?

- 1.4
- 2.3
- 3.8
- 4.6

56.Программа Adobe Illustrator предназначена для ...

- 1.создания высококачественных изображений для печати и публикации в Web
- 2.верстки текстов
- 3.моделирования фильмов
- 4.создания изображений

57.Какой инструмент используется в Adobe Illustrator для вывода графики на страницы сайта

- 1.инструмент Ластик
- 2.инструмент Безье
- 3.инструмент Эллипс
- 4.инструмент Web

58.Какими форматами являются форматы GIF, JPEG

- 1.векторными
- 2.точечными
- 3.растровыми
- 4.цветными

59.Какой инструмент используется для перемещения прямоугольника в Adobe Illustrator

- 1.перо
- 2.Безье
- 3.ластик
- 4.эллипс

60.В каком режиме можно увидеть, как будет выглядеть рисунок при печати в Adobe Illustrator

- 1.Artwork
- 2.Preview
- 3.Outline
- 4.Print

61.В какой палитре в Adobe Illustrator находится каталог цветов

- 1.Paint Style
- 2.Information
- 3.Layers
- 4.Radial

- 62.Какой используется инструмент для увеличения размера в Adobe Illustrator
- 1.Pen
  - 2.Zoom
  - 3.Preview
  - 4.Open
- 63.С помощью какого инструмента в Adobe Illustrator можно перемещать опорные и направляющие точки
- 1.Direct selection
  - 2.Selection
  - 3.Stroke
  - 4.Selection direct
- 64.Какой формат является стандартным для фотографий и рисунков с прозрачными и градиентными цветами в Adobe Illustrator
- 1.PNG
  - 2.GIF
  - 3.BMP
  - 4.JPEG
- 65.Какой формат является стандартным для логотипов со сплошными заливками и плоскими цветами в Adobe Illustrator
- 1.JPEG
  - 2.PNG
  - 3.GIF
  - 4.BMP
- 66.Соотнести понятие с одним перечисленным ответом.
- 67.Рекламная графика:
- 1.Логотип
  - 2.Книга
  - 3.Стритарт
  - 4.Телевизионная реклама
- 68.Некоммерческая графика:
- 1.Знаки визуальной коммуникации
  - 2.Артдизайн
  - 3.Фирменный стиль
  - 4.Рекламный плакат
- 69.Появление пиктограммы:
- 1.Первобытное общество
  - 2.Древний Восток
  - 3.Античность
  - 4.Средневековье
- 70.Клинопись:
- 1.Древний Египет
  - 2.Древняя Месопотамия
  - 3.Византия
  - 4.Возрождение
- 71.«Схолии»:
- 1.Книга Древнего Египта
  - 2.Книга античности
  - 3.Книга барокко
  - 4.Книга Средневековья
- 72.«Капитальный шрифт»:
- 1.Древняя Греция
  - 2.Древний Рим

- 3.Средневековье
- 4.Возрождение
- 73.«Книга-потхи»:
  - 1.Индия
  - 2.Китай
  - 3.Япония
  - 4.Иран
- 74.«Альбум»:
  - 1.Античность
  - 2.Средневековье
  - 3.Возрождение
  - 4.Просвещение
- 75.«Криптограммы»:
  - 1.Древний Восток
  - 2.Античность
  - 3.Средневековье
  - 4.Новое время
- 76.«Книга-кодекс»:
  - 1.Древний Восток
  - 2.Античность
  - 3.Средние века
  - 4.Возрождение
- 77.«Тератологический стиль»:
  - 1.Древний Восток
  - 2.Античность
  - 3.Византия
  - 4.Дороманика
- 78.«Блокбух»:
  - 1.Византия
  - 2.Средние века в Зап. Европе
  - 3.Древняя Русь
  - 4.Античность
- 79.Книгопечатание:
  - 1.А. Дюрер
  - 2.И. Гуттенберг
  - 3.Ж. Калло
  - 4.И.Федоров
- 80.Антиква:
  - 1.А. Дюрер
  - 2.А. Караччи
  - 3.Ж. Тори
  - 4.М.-С. Мериан
- 81.Рококо:
  - 1.Дж. Флакسمан
  - 2.Ф. Буше
  - 3.А. Ватто +
  - 4.Рембрандт
- 82.Происхождение визитки:
  - 1.Античность
  - 2.Возрождение 17-18 вв.
  - 3.Просвещение
  - 4.Средневековье

83. Ксилография:
1. А. Дюрер
  2. А. Ватто
  3. Г. Гольбейн
  4. М. Раймонди
84. Граверы-репродукционисты:
1. Рембрандт
  2. У. да Карпи
  3. П. П. Рубенс
  4. М. Раймонди
85. К печатным знакам в полиграфии относятся:
- а. буква
  - б. цифра
  - в. брусок
  - г. знак препинания
86. К пробельному материалу в полиграфии относятся:
- а. буква
  - б. цифра
  - в. брусок
  - г. знак препинания
87. Метранпаж это:
- а. старший наборщик
  - б. старший редактор
  - в. старший секретарь
  - г. старший корреспондент
88. Рабочее место наборщика называлось:
- а. касса риал
  - б. кассовый аппарат
  - в. кассационный аппарат
89. Верстка газетного материала может быть:
- а. ломанной
  - б. симметричной
  - в. ассиметричной
  - г. горизонтальной
90. В левый верхний угол материал можно поставить:
- а. на отлет
  - б. чердаком
  - в. по методу центральной верстки
  - г. на открытие
91. Колонтитул содержит:
- а. адрес редакции
  - б. обозначение порядкового номера полосы
  - в. название газеты
  - г. регистрационный номер
92. В каких единицах измеряется размер шрифта?
- а) Пункты
  - б) Пиксели
  - с) Точки
  - д) Квадраты
93. Какую систему сжатия предусматривает формат GIF?
- а) RLE
  - б) LZW

- с) SPI  
d) FTE
94. Комплект шрифтов, одинаковых по рисунку, но разных по начертаниям и размерам, называется
- а. гарнитура
  - б. линьяж
  - в. кегль
  - г. формат
95. Упорядочить шрифты по размеру (от наименьшего к наибольшему)
- а. нонпарель
  - б. миньон
  - в. петит
  - г. боргес
96. Оптимальный кегль основного газетного шрифта
- а. 8 или 9 пунктов
  - б. 10 или 12 пунктов
  - в. 7 или 8 пунктов
  - г. от 6 до 10 пунктов
97. Равномерное увеличение или уменьшение пробелов между словами для доведения строки до точно заданного формата называется
- а. выключка строк
  - б. выравнивание
  - в. обтекание
  - г. форматирование
98. Расстояние между базовыми линиями соседних строк называется
- а. интерлиньяж
  - б. колонтитул
  - в. реглета
  - г. кегль
99. В тексте могут быть выделены различные элементы: целые отрывки или текстовые блоки, фразы или выносы в тексте отдельные слова и даже буквы. Способы выделения бывают:
- а. шрифтовые, композиционные и графические
  - б. симметричные и асимметричные
  - в. буквенные, оформительские, рисованные
  - г. линейки, цвет, украшения
100. Способ печати, при котором на форме печатающие элементы расположены выше пробельных, называется
- а. высокая печать
  - б. глубокая печать
  - в. плоская печать
  - г. широкая печать

Контролируемые компетенции: УК-1,5.

## Вопросы к зачету

1. Общая характеристика 4 базовых принципов дизайна (приближенность, выравнивание, повтор, контраст).
2. Приближенность как базовый принцип дизайна.
3. Выравнивание как базовый принцип дизайна.
4. Повтор как базовый принцип дизайна.
5. Контраст как базовый принцип дизайна.
6. Обзор издательской системы Adobe InDesign.
7. Основные понятия верстки.
8. Базовые правила набора текста.
9. Понятия гарнитуры и шрифта. Типы шрифтов.
10. Шрифт и его параметры (кегель, интерлиньяж и др.).
11. Основные правила верстки газеты и журнала. Виды макетов.
12. Правила типографики: использование тире и дефиса, кавычек, оформление подписей к изображениям, «висячие» предлоги и строки.
13. Использование формы и цвета в дизайне и верстке периодических изданий.
14. Использование рисунков и фотографий в дизайне и верстке периодических изданий.
15. Инклюзивный подход в дизайне печатных СМИ.
16. Фирменный стиль телеканала.
17. Промоушен на телевидении.
18. Дизайн сетевых изданий. Принципы юзабилити.

Контролируемые компетенции: УК-1,5.

