

Dizayn reklamı

1. Sual: Что повлияло профессиональному развитию дизайна? (Çəki: 1)

средства массовой информации

массовый рынок

)массовое производство товаров

профессиональное развитие рекламистов

массовое развитие предприятий

2. Sual: Что обеспечило массовое производство? (Çəki: 1)

новые товары

)появление практически идентичных товаров

коммерческие товары

ожидание товаров на складах

ожидания товаров в розницы

3. Sual: Какой термин происходит от немецкие языки и означает торговле? (Çəki: 1)

менеджмент

маркетинг

коммуникация

)коммерция

композиция

4. Sual: Какой термин происходит от английского и означает фирменную деятельность внутри дизайн рекламы?

маркетинг

коммуникация

композиция

)менеджмент

коммерция

5. Sual: На какие части дизайн расчленен? (Çəki: 1)

тяжелой промышленности

химической

)на узкоприкладную, инженерно-технический, предметно-бытовой

сельское хозяйство

лёгкая промышленность

6. Sual: Сущность системного дизайна? (Çəki: 1)

конкретное действие человека

)особый вид творческого проектирования

в какой либо степени влияет процесс

служит максимум

поправлению приданию на конечной форме объекту гармонию

7. Sual: Какие факторы повлияли на рост дизайн рекламы? (Çəki: 1)

рекламные агентства

типологическая матрица

интерьер дизайн-рекламы

)коммерциализация прессы

бытовая сфера

8. Sual: Что помогла отечественному дизайну? (Çəki: 1)

)стихия изобретательство

производство

заказы товаров

ожидания товаров на складах розницы

рост производства

9. Sual: Какая количество функции элементов определяет заголовок и иллюстрации?

)2

3

4
5
6

10. Soal: Как выступает в процессе системный дизайн? (Çәki: 1)

)универсальный способ организации любого вида деятельности
конкретного вида деятельности
специализированный
комбинированный
сложенный

11. Soal: В чем заключаются особенности данного метода в Дизайне? (Çәki: 1)

административный подход
наследственный подход
рыночный подход
коллективный подход
)системный подход

12. Soal: Кем был определен комплексный подход к созданию объектов? (Çәki: 1)

индивидуальные решения и материалы В.Татлина
коллективные решения и материалы В.Татлина
)отражения материалов; взаимоотношение человек: вещь, функциональным и материалы В.Татлина
командное решения и материалы В.Татлина
административное управление и материалы В.Татлина

13. Soal: На какие формы делится композиции? (Çәki: 1)

композиции и определяет закономерности
предприятия
)объекты и субъекты
заводы
фабрики

14. Soal: Сущность предметного развития? (Çәki: 1)

)инженерный дизайн, художественное конструирование, стайлинг
цикл, дизайн, товары
топологический
с помощи художников
дизайнеров маркетологов

15. Soal: В чем заключается между-предметные функции и связи? (Çәki: 1)

по дизайну
системный дизайн
)по дизайну, системный дизайн, дизайн
дизайн
компьютерный Интернет Дизайн

16. Soal: Сущность процессуальной деятельности? (Çәki: 1)

компьютерный дизайн
дизайн программированный
художественный дизайн
)компьютерный дизайн, дизайн программирования, художественное конструирование
констатирования

17. Soal: Какие особенности в развитии дизайна произошли во II половине XX века? (Çәki: 1)

коллективная функциональность
функциональность отдельного свойства товаров
)синкретические виды, функциональность
внешний вид офисов
внутренний интерьер

18. Soal: В чем заключается эстетичная выразительность? (Çәki: 1)

снабжение функции
торговые функции

этические
психологические эстетические
)решение конкретных задач (коммерческие)

19. Soal: По каким этапам систематизируются виды дизайна? (Ҷаќи: 1)

хронометражный
визуальный
фотографический
)предметный, между-предметный, процессуальной деятельности
синхронный

20. Soal: Кто дал толчок развитию дизайна в отличии от зарубежного дизайна? (Ҷаќи: 1)

производственники
)художники и теоретики
дизайнеры
рекламисты
экономисты

21. Soal: Что ускоряет передачи информации и пропаганды? (Ҷаќи: 1)

)коммерциализация
оптические
фотографические
наборные и изобразительные
иллюстрации

22. Soal: Какая решения является основными для разработка программы рекламы? (Ҷаќи: 1)

фотографические
наборные и изобразительные
иллюстрации
)оптические
коммерческие

23. Soal: К каком году произошло признание нового концепции форма образования? (Ҷаќи: 1)

1931
1924
)1921
1922
1925

24. Soal: Почему производственный заказ не играет определяющий роли? (Ҷаќи: 1)

дизайн изобретатель
конструктор
директор
менеджер
)дизайн изобретатель

25. Soal: Что входит графический дизайн? (Ҷаќи: 1)

библиотеки
Интернет
аудио, видео
)фотомонтаж, шрифтовые композиции, рекламная и плакатная графики
электронная технология

26. Soal: Кто помогает чтобы поднять конкуренцию продукции марки? (Ҷаќи: 1)

культурологи
)эстетизация в рекламе
отношения
ярмарки
оптовая продажи

27. Soal: Кто придает изделию эстетическую окраску (конструкцию, форму, цвет и т.д.)?

финансист

экономист
)дизайнер
инженер
маркетолог

28. Sual: Что был определен в социальном заказе на дизайна элементов агентационно массовое искусство?

экономисты, финансисты, бухгалтеры, предприниматели
)активное участие от изображение к конструкции художники
заказчики
предприниматели
менеджеры

29. Sual: В чем заключаются основной цель дизайн рекламы? (Ҷаќи: 1)

изучения спроса
реализации товаров
снабжения розничной торговый сети
)организация предметной среды в сферах труды, быта и культуры
анализ производимой продукции

30. Sual: Товару мнимые или рекламные отличительные свойства придает: (Ҷаќи: 1)

рынок
предприятия
)дизайн реклама
офис
фирма

31. Sual: Какой самый простой вид пробелов? (Ҷаќи: 1)

)полосы
междубуквенные и междусловные
сложные модульные сетки
разноформетный набор
графический конструкции

32. Sual: Какое место занимает среди проблемных элементов в композиции рекламы?

)поля
нижние поля
верхняя поля
баковые поля
или на какой

33. Sual: Одно из конвенций созданный человеком? (Ҷаќи: 1)

)дизайн как обаятельный отребут
законы общества
приказы
конструктивизм
изобретательств

34. Sual: Один из первых видов дизайна? (Ҷаќи: 1)

первобытный дизайн
сельское хозяйство
коллективной дизайн
фирменный дизайн
)промышленный дизайн

35. Sual: Функции полей, в чем заключается? (Ҷаќи: 1)

текст
от материала
)сближает рекламу с книгой и журналом
с Ромкой
граница

36. Sual: При выборы размера полей дизайнер, в чем должен руководствоваться? (Ҷаќи: 1)

экономия места

зон внимания

легком верха

)психология восприятия

утележенном низе

37. Soal: При определении текста, что надо учесть? (Çәki: 1)

зон внимания

легком верха

утележенном низе

)экономия места

психология восприятия

38. Soal: На что должен обратит дизайнер рекламы для определения точную середины)

легком верха

)зон внимания

утележенном низе

психология восприятия

экономию места

39. Soal: Что образует за счет слияния? (Çәki: 1)

)воздух видов пробеленных материалов – отбивок до и после заголовков

правый край

красную строку

ни какой

формат набора

40. Soal: Что помогает без сеяние? (Çәki: 1)

)ни какой

формат набора

красную строку

воздух видов пробеленных материалов – отбивок до и после заголовков

правый край

41. Soal: В композиции, что не стандартная? (Çәki: 1)

большой объем воздуха

формат

изображения

)форма рекламы

белых пятен

42. Soal: Что влияет на проблемных материалов? (Çәki: 1)

формат

изображения

белых пятен

)большой объем воздуха

форма рекламы

43. Soal: В основном дизайнеры, чем увлекаются? (Çәki: 1)

реципиентом

от тона

)оригинальности шрифта

в газетной материал

с текстом

44. Soal: Какая реклама никогда не появляется на страницах качественного издания? (Çәki: 1)

газеты

журнал

)реклама опубликованная в массовом издании

буклет

каталог

45. Soal: Что входит в вербальный структур элемент? (Çәki: 1)

арудня труда

субъекты
материальная техническая база
объект
)слогам

46. Soal: Что является более многозначным чем текст, как средство коммуникации? (Çәкі)
)изображение
девиз
слогам
текст
реклама

47. Soal: Что играет решающую роль в образном восприятии действительности? (Çәкі: 1)
региональные особенности
привыкания
)культуры закрепленные в традициях
освещенность
данная ситуация

48. Soal: Что входит в структурные элементы? (Çәкі: 1)
объекты 2
визуальные, вербальные
)субъекты 1
система
под система

49. Soal: Что также влияет на структуру и композицию рекламы? (Çәкі: 1)
модель
композиция элементов
потребитель
)тип издания
объект рекламы

50. Soal: От чего зависит читаемость рекламы? (Çәкі: 1)
с Ромкой
граница
)от материала
сближает рекламу с книгой и журналом
текст

51. Soal: Что можно определить материала? (Çәкі: 1)
сближает рекламу с книгой и журналом
текст
)граница
с Ромкой
от материала

52. Soal: Задачи основы тексты? (Çәкі: 1)
)желание приобрести темп
от материала
от текста
сближает рекламу с книгой и журналом
от границы

53. Soal: Какой элемент помогает читаемость текста (Çәкі: 1)
утележенном низе
психология восприятия
экономия места
)легком верха
зона внимания

54. Sual: В газетной рекламе какой части тревожное небо? (Ҷаъи: 1)
красную строку
)левой части
формат набора
воздух видов пробеленных материалов – отбивок до и после заголовков
ни какой

55. Sual: Что отделяет текст от друг друга? (Ҷаъи: 1)
формат набора
воздух видов пробеленных материалов – отбивок до и после заголовков
)красную строку
правый край
ни какой

56. Sual: Счастливые фигуры где отражаются? (Ҷаъи: 1)
)в правом нижнем углу
красную строку
воздух видов пробеленных материалов – отбивок до и после заголовков
правый край
ни какой

57. Sual: Что надо определять для объема? (Ҷаъи: 1)
)формат
изображения
белых пятен
форма рекламы
большой объем воздуха

58. Sual: Где расположены объём, место, норма подачи рекламы? (Ҷаъи: 1)
дизайн средств
дизайн продукт
семиотических
)в модульной сетке
художественных

59. Sual: Что общего между массовыми газетами и рекламой? (Ҷаъи: 1)
)стиль подачи редакционных материалов
цель задачи объекты
особенности проектирования объекта
потенциальные особенности дизайнера
дизайн концепция

60. Sual: Что заложилось в зарубежной исторической рекламе? (Ҷаъи: 1)
взаимно действие факторов
функции и с точки зрения формы
)«тип объекта – тип рекламы – тип издания»
реализованный материал
потребитель продукт

61. Sual: Что разработано в специальной литературе? (Ҷаъи: 1)
визуальных
способы лингвистического анализа текстов, изучение иллюстраций
электрификации
)способы лингвистического анализа текстов, изучение иллюстраций
интерьер

62. Sual: Когда появляются одно гарнитурные рекламы? (Ҷаъи: 1)
композиции
кеглем
мелкие рекламные обращения
крупные рекламные обращения
)массовой рекламы

63. Sual: Что может побудит реципиента? (Ҷэкі: 1)

- самый простой вид текста праздничной
- психологический вид текста
-)настолько будет ее композиция
- идеологический вид текст
- аргументы и факты

64. Sual: Что характерно для рубричной рекламы? (Ҷэкі: 1)

-)стремления вместить небольшой формат как больше
- пользователь пробеленных элементов
- накегля
- заголовки
- сжует

65. Sual: Что возродила реклама такой мало и заметной (Ҷэкі: 1)

- оформление товара
- вид товара
-)элемент оформление как украшения
- объявления товара
- ни какой

66. Sual: Последний этап товара? (Ҷэкі: 1)

- вид товара
- объявления товара
-)оформление товара
- ни какой
- элемент оформление как украшения

67. Sual: Что определяет формы товара? (Ҷэкі: 1)

-)вид товара
- объявления товара
- ни какой
- элемент оформление как украшения
- оформление товара

68. Sual: Что способствует рекламы товары? (Ҷэкі: 1)

-)объявления товара
- ни какой
- элемент оформление как украшения
- оформление товара
- вид товара

69. Sual: Что способствует на снижение издержки? (Ҷэкі: 1)

-)ни какой
- вид товара
- элемент оформление как украшения
- объявления товара
- оформление товара

70. Sual: Какие 2 типа отношений текста и изображения выделил американский исследователь Р.Бартес?

- «якорь», «реле»
- мотор
-)корбиратор
- коробка
- руль

71. Sual: Чем определяется динамика взаимоотношений вербальных и визуальных элементов в дизайне?

- видом рекламы
- классификация
- свойства
- виды
-)функциональной направленностью

72. Sual: От чего зависит воспринятая рекламы? (Ҷаќи: 1)

- от логики тесты
-)от текста
- от содержания заголовка и иллюстрации
- от иллюстрации
- от заголовки

73. Sual: Что входит в визуальный структурный элемент? (Ҷаќи: 1)

-)иллюстрация, фирменный знак
- аудио
- видно
- визуальность
- косметическое

74. Sual: Где сложилось зависимость «тип объекта – тип рекламы – тип издания»? (Ҷаќи: 1)

- Н.И.И. «Дизайн реклама»
- итоги конференции Дизайн рекламы 1986 г
- коллегиальная решения тип торговли
-)в зарубежной рекламной практике
- решения городского совета

75. Sual: Что представляет прямое значение на фотографии запечатавший встречу 2х людей? (Ҷаќи: 1)

- их личности и сам факт
- пост
-)карьеры
- знания
- должность

76. Sual: Что представляет дополнительное значения на фотографии, запечатливой встречу 2х людей?

- симметрический положения
- паролелный виды
- относительный виды
-)выражение лиц, смысл жестов, под положение фигур относительно друг друга
- круговой виды

77. Sual: В зависимости от чего иллюстрации с одним и тем же прямым значением может иметь различные дополнительные значения? (Ҷаќи: 1)

-)от контекста и от личности реципиента
- от количества людей
- от заявления отделов
- от куратора
- от директора

78. Sual: Благодаря каким качеством изображение стало наиболее распространенным приемом подачи материала в печатной рекламе? (Ҷаќи: 1)

- психологическая
- действия цветов шум повышением голос
- свет
-)простота его восприятия, большой эмоциональный заряд
- низкий голос

79. Sual: Почему текст как средство коммуникации более надёжен? (Ҷаќи: 1)

- не опознанные места
- опознанные места
-)указываем точное время, место, явления
- температура места
- явления

80. Sual: В каких случаях пользуется проективная модель? (Ҷаќи: 1)

- во время разработки структуру и функции нового объекта
- физический и характеристики
- изучении аудитории

)когда разрабатывает рекламный продукт
во время разработки конструкторской модели

81. Soal: Какие элементы используются в проектировании? (Ҷаќи: 1)

физический и характеристики
изучении аудитории

во время разработки конструкторской модели
когда разрабатывает рекламный продукт

)во время разработки структуру и функции нового объекта

82. Soal: Что такая конструкторской модель? (Ҷаќи: 1)

определяющий структуру элементов

)определяющий без элементов

без элементов

с фирменным стилем

имеющий фирменный знак

83. Soal: Сущность конструкторского моделях? (Ҷаќи: 1)

переходная и проективная

годовая

системная

)квартальная

сельская

84. Soal: Сущность к функции и заголовков и иллюстрации в чем заключается? (Ҷаќи: 1)

функциональность

заголовки

)привлекает произвольное

иллюстрации

ни какой

85. Soal: Содержание компоновки от чего зависит? (Ҷаќи: 1)

)вербальная реклама

если реклама будет воспринято

реклама доброй воли

реклама престижная

реклама вербальная

86. Soal: Что усиливает рекламу на эмоциональное действие? (Ҷаќи: 1)

личностная интонация

рассказ свойствах товара

)особенности технологии

сюжет текста

красочность

87. Soal: Какая часть, текста называется смысловым центра обращения? (Ҷаќи: 1)

информационная часть

редакционная часть

грамотная часть

)вербальная часть

фиксированная часть

88. Soal: Что входит принципиальное модель рекламы? (Ҷаќи: 1)

поэтической и директивной информации

фирменный знак

заголовок

)адресные данные только

иллюстрации

89. Soal: Потребительская реклама в основном что делает? (Ҷаќи: 1)

коммуникация неравных сторон

коммуникация равных сторон

)коммуникация массово

коммуникация индивидуальная
коммуникация универсальная

90. Soal: Пионером какого направления считается Пол Рэнд? (Ҷаќи: 1)

престижная реклама
)старая, хорошо забытое, новое
«новая реклама»
торговая промышленная реклама
старая

91. Soal: Какая часть основного текста является смысловым? (Ҷаќи: 1)

информационная
итоги советника
)сообщения
итоги конференции
собеседование

92. Soal: На какие функциональные части делятся основной текст? (Ҷаќи: 1)

освещение реклам Дизайн
поэтическая, информационная, директивная
модульно сетка
)гармония дизайн рекламы
реканструкция

93. Soal: Какой цвет оказывает стимулирующее воздействие на мозг и поэтому эффективен при умственной недостаточности? (Ҷаќи: 1)

)красный
жёлтый
оранжевый
черный
серый

94. Soal: На что влияет фиолетовый цвет? (Ҷаќи: 1)

действует на переутомленность
увеличивает аппетит
настроение поднимается
нервная система сбалансирована
)увеличивает выносливость ткани, воздействуя на сердце, кровеносные сосуды

95. Soal: Какова цель заголовка и иллюстрации? (Ҷаќи: 1)

привлечь и удержать внимание
идеологическое действия с национальное
экономическая решение
)психологическая действия
эстетизация

96. Soal: Где впервые упоминается объект рекламы и приводится его сжатая характеристика? (Ҷаќи: 1)

в основном тексте
первый абзац
конечный абзац
средний абзац
)заголовки

97. Soal: Кто отметил то, что человек видит не только глазами, но всем зрительным анализатором в целом?

И.П.Павлов
)А.А.Правдин
А.П.Гачер
В.И.Яршов
З.И.Чарнишов

98. Soal: Сколько типа коммерческой рекламы можно выделить по функциональной направленности?

при базовых типа
четыре базовых типа

-)два базовых типа
- десять базовых типа
- 5 базовых типа

99. Soal: Какая реклама направлена на создание благоприятного отношения потребителя к фирме? (Çәki: 1)

- «престижная реклама»
- потребительская
- прямой
-)доброй воли
- косвенной рекламы

100. Soal: Какой цвет обладает теплотой, стимулирует мозг, эффективен при меланхолии

- красный
-)белый
- коричневый
- черный
- оранжевый

101. Soal: Какой цвет стимулирует чувства и ускоряет пульсацию крови? (Çәki: 1)

-)красный
- оранжевый
- серый
- голубой
- синий

102. Soal: Какие при типа коммерческой рекламы можно выделить по функциональной направленности? (Çәki: 1)

-)коммерческие
- «престижная реклама, торгово-промышленная и потребительская»
- убричная
- коллективно
- индивидуальные

103. Soal: Какой тип рекламы направлен на поиск деловых партнеров и предполагает общение равного с равным? (Çәki: 1)

- «торгово-промышленная реклама»
- потребительская
-)добросали
- фирменный
- престижные рекламы

104. Soal: Из чего состоит рубричная реклама? (Çәki: 1)

-)из иллюстрации
- из заголовка, основного текста и адресный данных
- из гармонии
- от аргумента
- от композиции

105. Soal: Какую рекламу в англоязычных наследований называют рекламой «доброй воли»? (Çәki: 1)

- с фирменный
- «престижную рекламу»
- промышленную
- уличную
-)торговую промышленную

106. Soal: Какой тип рекламы предполагает коммуникацию неравных сторон? (Çәki: 1)

-)престижная
- «Потребительская реклама»
- теле реклама
- радио реклама
- газетная реклама

107. Sual: Какой бывает реклама по способу подачи в прессе? (Ҷаќи: 1)
прямой косвенной
торговая
косвенной
)потребительская
кисленной

108. Sual: После познания основных элементов что опознал? (Ҷаќи: 1)
вода, солнца
)воздух
космос
организация мира
земля

109. Sual: Как приписывается цвета и даже различия в тепловом восприятия? (Ҷаќи: 1)
черный - теплый
белый – холодный
)черный полутеплый
желтый – тупой
голубой - умный

110. Sual: На мозг человека, какой цвет успокоительное влияет? (Ҷаќи: 1)
белый-холодный
желтый-тупой
)черный-теплый
голубой-умный
черный-полутеплый

111. Sual: Что оказывает известное воздействия на чувство зрения? (Ҷаќи: 1)
цвет
жира
)холод
опитит
смех

112. Sual: Что создает благодушная настроения человека? (Ҷаќи: 1)
желтый цвет
синий
коричневый
)белый цвет
фиолетовый

113. Sual: Какой цвет стимулирует мозг? (Ҷаќи: 1)
коричневый
синий
)желтый цвет
зеленый
белый

114. Sual: Какой цвет антисептический? (Ҷаќи: 1)
)синий
коричневый
фиолетовый
белый цвет
желтый цвет

115. Sual: Какой цвет является холодным и темным? (Ҷаќи: 1)
)черный
синий
черный
красный
белый

116. Sual: Что раскрывает формы рекламы? (Ҷэки: 1)

-)изображения
- белых пятен
- форма рекламы
- большой объем воздуха
- формат

117. Sual: Чем отличается большой объем воздуха? (Ҷэки: 1)

-)белых пятен
- форма рекламы
- большой объем воздуха
- формат
- изображения

118. Sual: От чего зависит содержание рекламы? (Ҷэки: 1)

- от тона
- в газетной материал
-)реципиентом
- с текст
- оригинальности шрифта

119. Sual: Что выделяет внимания от простой внимания? (Ҷэки: 1)

-)от тона
- в газетной материал
- текст
- реципиентом
- оригинальности шрифта

120. Sual: Какие тексты быстро усваиваются? (Ҷэки: 1)

- с текст
- реципиентом
-)в газетной материал
- оригинальности шрифта
- от тона

121. Sual: Что входит в визуальный структурный элемент? (Ҷэки: 1)

-)иллюстрация, фирменный знак
- аудио
- видео
- визуальность
- косметическое

122. Sual: Где сложилось зависимость «тип объекта – тип рекламы – тип издания»? (Ҷэки: 1)

- Н.И.И. «Дизайн реклама»
- итоги конференции Дизайн рекламы 1986 г.
-)в зарубежной рекламной практике
- коллегиальная решения тип торговли
- решения городского совета

123. Sual: Что представляет прямое значение на фотографии запечатавший встречу 2х людей? (Ҷэки: 1)

- их личности и сам факт
- пост
- знания
- должность
-)карьеры

124. Sual: В зависимости от чего иллюстрации с одним и тем же прямым значением может иметь различные дополнительные значения? (Ҷэки: 1)

- от количества людей
-)от контекста и от личности реципиента
- от заявления отделов
- от куратора

от директора

125. Sual: Благодаря каким качеством изображение стало наиболее распространенным приемом подачи материала в печатной рекламе? (Ҷаќи: 1)

)простота его восприятия, большой эмоциональный заряд

психологическая

действия цветов шум повышением голос

свет

низкий голос

126. Sual: Почему текст как средство коммуникации более надёжен? (Ҷаќи: 1)

опознанные места

не опознанные места

)указываем точное время, место явления

температура места

место явления

127. Sual: Благодаря каким качеством изображение стало наиболее распространенным приемом подачи материала в печатной рекламе? (Ҷаќи: 1)

)простота его восприятия, большой эмоциональный заряд

психологическая

действия цветов шум повышением голос

свет

низкий голос

128. Sual: Что представляет дополнительное значения на фотографии, запечатливой встречу 2х людей? (Ҷаќи: 1)

симметрический положения

параллельный виды

относительный виды

)выражение лиц, смысл жестов, под положение фигур относительно друг друга

круговой виды

129. Sual: Какие 2 типа отношений текста и изображения выделил американский исследователь Р.Бартес? (Ҷаќи: 1)

«якорь», «реле»

)корбиратор

мотор

коробка

руль

130. Sual: Чем определяется динамика взаимоотношений вербальных и визуальных элементов в дизайне? (Ҷаќи: 1)

)функциональной направленностью

видом рекламы

классификация

свойства

виды

131. Sual: От чего зависит воспринятая рекламы? (Ҷаќи: 1)

от содержания заголовка и иллюстрации

от логики тесты

от иллюстрации

)от текста

от заголовки

132. Sual: Какой цвет влияет на нервную систему? (Ҷаќи: 1)

зеленый

оранжевый

черным

)красный

синий

133. Sual: Какие виды охватывает первый этап развития дизайн рекламы? (Ҷәкі: 1)
1924-1933
1925-1934
1926-1935
)1923-1932
ни какой
134. Sual: Третий этап развития дизайн рекламы, на какие годы соответствует? (Ҷәкі: 1)
)1933-1960
1940-1960
1930-1950
1940-1946
1945-1950
135. Sual: Четвертый этап развития дизайн рекламы какие годы охватывали? (Ҷәкі: 1)
1960-1990
1960-1995
1950-1996
)1960-1980
1970-1997
136. Sual: Задача создания сферы действия новой жизни что означает? (Ҷәкі: 1)
требовал новые концепции
субъект
объект
ни какой
)она давала новые импульсы развития конструктивизма
137. Sual: Структура съем бывает, связан для внедрения? (Ҷәкі: 1)
субъект
объект
оформления
)структура конфигурации субъектов и объектов
ни какой
138. Sual: От новой стилистики что завесило? (Ҷәкі: 1)
трибуна
оригинальность
опыт дизайнера
ни какой
)обоснованным переход к художественной конструкции
139. Sual: Графический дизайн почему развивался? (Ҷәкі: 1)
развития объектов
)создания рекламы, плакат, книга и т.д.
развития стилистики
развития дизайна
развития конструкции
140. Sual: На развития конструктивизм что повлияла? (Ҷәкі: 1)
)театр, кино и т.д.
объект
субъект
предприятия
ни какой
141. Sual: Что определяет целеустремленности дизайн рекламы? (Ҷәкі: 1)
)художественное оформление
конструкторы
дизайнеры
графика
ни какой

142. Sual: Что определяют логику для читателя? (Ҷаќи: 1)
с текст
оригинальности шрифта
реципиентом
от тона

143. Sual: Элементы в конечном в отчете что определяют? (Ҷаќи: 1)
кеглем
мелкие рекламные обращения
крупные рекламные обращения
композиции
массовой рекламы

144. Sual: Ласковый мягкий цвет? (Ҷаќи: 1)
оранжевый
черным
зеленый
синий
красный

145. Sual: Теплый уютный? (Ҷаќи: 1)
черным
оранжевый
синий
красный
зеленый

146. Sual: Изолирующий и подавляющий раздражения? (Ҷаќи: 1)
черным
синий
оранжевый
красный
зеленый

147. Sual: Подчеркивающих дистанции? (Ҷаќи: 1)
красный
зеленый
синий
оранжевый
черным

148. Sual: Что участвует восприятия? (Ҷаќи: 1)
физиология
анатомия человека
фиксированием
глаза, мышцы, зрительные нервы коры головного мозга
ни какой

149. Sual: Какая способность останавливается и какая припускает? (Ҷаќи: 1)
зрительная способность
фиксирование объекта
процесс зрения
процессы мышления
ни какой

150. Sual: Человек как смотрит? (Ҷаќи: 1)
человеческой психики, содержанием сознания культурой
знакомством
профессиям
образованием по специальности
ни какой

151. Sual: Реципиент как видит? (Ҷаќи: 1)
)образованием, культурой, опытом, степень знакомства объектам психикой
образованием по специальности
знакомства окружающей средой
сознанием человека

152. Sual: Чтобы познать все человек, что открыл для себя? (Ҷаќи: 1)
)организация мира
природу
воздух
космос
ни какой

153. Sual: Физическое воздействия цветов? (Ҷаќи: 1)
снимает усталость
перетруживает
)болеутоляющий, гипнотический, антисептический, стимулирующий, теплотой выносливость и т.д.
оптимистическим настроениям
пессимистические

154. Sual: Какие цветы стимулирующие? (Ҷаќи: 1)
черный
белый
)красный
серый
коричневый

155. Sual: Дезинтегрирующие цвета? (Ҷаќи: 1)
)фиолетовый
красный
черный
белый
коричневый

156. Sual: Какие цвета статистические относятся? (Ҷаќи: 1)
светло синий
красный
)чисто зеленый
оранжевый
ни какой

157. Sual: Теплый тёмный тон? (Ҷаќи: 1)
)коричневый, землистый
желто-зеленый
оливковый
чисто зеленый
ни какой

158. Sual: Холодные темные цвета? (Ҷаќи: 1)
корично землистый
красный
)темно-серые, черно синие, зеленые синие
белый
ни какой

159. Sual: Приглашающие чистые цвета? (Ҷаќи: 1)
)ласковый мягкий (зеленый)
синий зеленый
оранжевый
красный
желтый

160. Sual: Пионером какого направления считается Пол Ренд? (Ҷаќи: 1)
«новая реклама»
)старая, хорошо забытое, новое
престижная реклама
торговая промышленная реклама
экономическая решение

161. Sual: Какова цель заголовка и иллюстрации? (Ҷаќи: 1)
)психологическая действия
привлечь и удержать внимание
идеологическое действия с национальное
экономическая решение
эстетизация

162. Sual: Что по формуле Дж. Лунда, должно вызвать желание приобрести товар у потенциального потребителя? (Ҷаќи: 1)
региональная особенности
)логическое обращения
основной текст рекламного обращения
вид товара
содержания товара

163. Sual: Где впервые упоминается объект рекламы и приводится его сжатая характеристика? (Ҷаќи: 1)
1)
первый абзац
в основном тексте
конечный абзац
средний абзац
)заголовки

164. Sual: Какая часть основного текста является смысловым? (Ҷаќи: 1)
)сообщения
информационная
итоги советника
итоги конференции
собеседование

165. Sual: Кто отметил то, что человек видит не только глазами, но всем зрительным анализатором в целом? (Ҷаќи: 1)
)А.А.Правдин
И.П.Павлов
А.П.Гачер
В.И.Яршов
З.И.Чарнишов

166. Sual: Какой цвет оказывает стимулирующее воздействие на мозг и поэтому эффективен при умственной недостаточности? (Ҷаќи: 1)
жёлтый
оранжевый
черный
)красный
серый

167. Sual: На что влияет фиолетовый цвет? (Ҷаќи: 1)
)увеличивает выносливость ткани, воздействуя на сердце, кровеносные сосуды
действует на переутомленность
увеличивает опитит
настроение поднимается
нервная система сбалансирована

168. Sual: Созданы формы как образовались? (Ҷаќи: 1)
)новая концепция

его содержания
искусства
культура
элементы

169. Sual: Подобный пересмотр рекламных агентств, в чем заключается? (Ҷаќи: 1)
укреплением материально технической базу

деятельность рекламы
)обновлением функции и задачи
коммерческие рекламные дела
ни какой

170. Sual: Что такое в рекламе субъект-1 (Ҷаќи: 1)
носитель культуры

социальная величина как человек
)индивидуальность деятельности
новатор
ни какой

171. Sual: Что такое в рекламе Субъект-2 (Ҷаќи: 1)
специалисты из близких областей

)реципиент является целесообразности целевого
издатели рекламы и дизайна
программисты
ни какой

172. Sual: Что дают социально-демографические и психологические исследования? (Ҷаќи: 1)
рекламодатели

агентство
предприятия
)изучают характеристику товара
ни какой

173. Sual: В чем нуждаются данный момент организация и предприятия? (Ҷаќи: 1)
от интуиции

увеличения поток рекламы
полный цикл единицы
)о нужной БОЙ рекламы привлекающий потенциального клиента
ни какой

174. Sual: Как авторская роль реципиента может быть учтены без значительных материальных
затрат? (Ҷаќи: 1)

социологи
психологи
дизайнеры
ни каких

)использованием методики фокус-групп
175. Sual: Инициаторов исследований является кто? (Ҷаќи: 1)

агентства
)рекламодатели
психолог
кардиолог

ни каких
176. Sual: Что такое двойная понимания термина реклама? (Ҷаќи: 1)

предмет
субъект-1
)потребитель рекламной продукции и заказчик
субъект-2
ни какой

177. Sual: При разработке проекта рекламной продукции. Какой из этих потребитель или заказчик бывает активный? (Ќәкі: 1)
потребитель рекламной продукции
субъект-1
субъект-2
ни какой
)заказчик-рекломадители
178. Sual: Что означает художественной аспект? (Ќәкі: 1)
)разработанная реклама в сфере деятельности графического дизайна
промграфики
художники
книжная графики
ни какой
179. Sual: Работая над композицией дизайнер использует теорию построения художественной фирмы? (Ќәкі: 1)
формы
содержания
кубики рубрики
)цветовых сочетаний стремясь подобрать оптимальное решения
ни какой
180. Sual: Что определяет размер иллюстрации фон, цельность, рамки обращение (Ќәкі: 1)
)кеглем
мелкие рекламные обращения
крупные рекламные обращения
композиции
массовой рекламы
181. Sual: Где требуется фон спокойной? (Ќәкі: 1)
крупные рекламные обращения
кеглем
)тексте, слогам или в знак
массовой рекламы
композиции
182. Sual: Объемалепоми обращениями кто занимается? (Ќәкі: 1)
)крупные рекламные обращения
массовой рекламы
композиции
кеглем
мелкие рекламные обращения
183. Sual: Упрздненные тексты чем отличается? (Ќәкі: 1)
психологический вид текста
идеологический вид текст
аргументы и факты
)самый простой вид текста
настолько будет ее композиция
184. Sual: Что влияет на рекламу? (Ќәкі: 1)
идеологический вид текст
аргументы и факты
самый простой вид текста праздничной
настолько будет ее композиция
)психологический вид текста
185. Sual: Что притягивает рекламу? (Ќәкі: 1)
аргументы и факты
психологический вид текста
)идеологический вид текст

самый простой вид текста праздничной
настолько будет ее композиция

186. Soal: Сколько типа коммерческой рекламы можно выделить по функциональной направленности? (Çәki: 1)

- при базовых типа
-)два базовых типа
- четыре базовых типа
- десять базовых типа
- 5 базовых типа

187. Soal: Какие при типа коммерческой рекламы можно выделить по функциональной направленности? (Çәki: 1)

-)коммерческие
- «престижная реклама, торгово-промышленная и потребительская»
- рубричная
- коллективно
- индивидуальные

188. Soal: Какую рекламу в англоязычных наследований называют рекламой «доброй воли»? (Çәki: 1)

- «престижную рекламу»
- с фирменный
-)торговую промышленную
- промышленную
- уличную

189. Soal: Какая реклама направлена на создание благоприятного отношения потребителя к фирме?

- «престижная реклама»
- потребительская
-)доброй воли
- прямой
- косвенной рекламы

190. Soal: Какой термин происходит от латинского и означает соединения, расположения

- композиция
-)коммерция
- менесмент
- маркетинг
- коммуникация

191. Soal: На сколько этапов распадается анализ композиции: (Çәki: 1)

- 2
- 5
-)3
- 4
- 6

192. Soal: На какие формы делится композиции? (Çәki: 1)

- предприятия
-)объекты и субъекты
- что составляет композиции и определяет закономерности
- заводы
- фабрики

193. Soal: Какие образует группы элементы по вербальному или визуальному способу передачи информации?

-)фотографические
- наборные и изобразительные
- иллюстрации
- коммерческие
- оптические

194. Soal: На какие подгруппы разделяется? (Çәki: 1)

декоративные конструкция
пробельные, шрифтовые, проектные
)шрифтовые, пробельные и декоративные
шрифтовые, декоративные изображения
декоративные, шрифтовые алгоритмы

195. Sual: На какие подгруппы разделяется изобразительные? (Ќэкі: 1)

штриховые смешанные
)изобразительная
измененные тексты
визуальной восприятию
переоинтируются на язык образа

196. Sual: Какие различия существует в специфических признаках шрифтов, используемых для набора редакционных материалов и рекламных обращений? (Ќэкі: 1)

начертанные, гарнитурах
логические
динамические
последовательности

)в прямо линейно

197. Sual: Какое количество употребляется для набора рекламных текстов? (Ќэкі: 1)

10 и 12
)5 и 6
15-17
18-20
22

198. Sual: Какое количество употребляется для набора редакционных текстов? (Ќэкі: 1)

8
)4
6
7
5

199. Sual: Какой самый простой вид пробелов? (Ќэкі: 1)

междубуквенные и междусловные
сложные модульные сетки
разноформетный набор
)полосы
графический конструкции

200. Sual: Художественной аспект дизайны и рекламное деятельность, когда осложняется

система приоритетических пакетов
программистов
)отсутствия учебных заведения
специалисты других наук
ни какой

201. Sual: Что нужно «Рекламу» его реципиенту состояния максимально реалистического портрета?

эффективна форма
содержания
стилистика
)оптимальные каналы связи с ним эффективную форму обращения
ни какой

202. Sual: Характер образного восприятия действительности и способы его закрепления в материале как формируются? (Ќэкі: 1)

отпечаток дизайнеры
отпечаток реципиента
)индивидуальными особенностями личности дизайнера или реципиента
особенности культуры

ни какой

203. Sual: Сложившейся образа того или иного явления что играет основную роль? (Ҷаќи: 1)
)особенности культуры, традиции

театр

кино

интернет

ни какой

204. Sual: Какая историческая практика сложилось зависимость дизайн рекламы? (Ҷаќи: 1)

субъект 1- объект 2 – реклама – дизайн

маркетолог – Дизайнер

менеджер-Бизнесмен

)тип-объекта-тип-рекламы-тип издания

ни какой

205. Sual: Иллюстративно (Ҷаќи: 1)

)косвенной

критике

с отрывом

длинные

прямой

206. Sual: Изобразительная (Ҷаќи: 1)

косвенной

с отрывом

прямой

)критике

длинные

207. Sual: Маркетинговая (Ҷаќи: 1)

прямой

длинные

)с отрывом

косвенной

критике

208. Sual: Заказчик если затрачивает устойчивость дизайны на что обращает внимания?

дизайнер игнорирует психологию

дизайнер представитель вкусов и чайный всего человечества

эстетику

)идеологию

экономику

209. Sual: Дизайнер в чем помогает реципиенту? (Ҷаќи: 1)

дизайнер игнорирует психологию

дизайнер представитель вкусов и чайный всего человечества

эстетику

)эстетизация товара

экономику

210. Sual: Волевой жизни утверждающим? (Ҷаќи: 1)

желтый-тупой

)красный

голубой-умный

черный-полутеплый

черный-теплый

211. Sual: Контактирующий лучезарный? (Ҷаќи: 1)

)желтый

голубой-умный

черный-полутеплый

черный-теплый

белый-холодный

212. Sual: Углубленный тяжёлый? (Ҷаки: 1)

черный-полутеплый

черный-теплый

)фиолетовый

белый-холодный

желтый-тупой

213. Sual: От чего мозг человека теряет быстроту реакций? (Ҷаки: 1)

от аппетита

от смех

)от жира

от холода

от цвета

214. Sual: Что помогает долгожительно и правильно выбора цвета? (Ҷаки: 1)

)смех

холод

цвет

жир

аппетит

215. Sual: Какой цвет стабилизирующий? (Ҷаки: 1)

)коричневый

фиолетовый

белый цвет

желтый цвет

синий

216. Sual: Углубленный, тяжелый? (Ҷаки: 1)

)фиолетовый

синий

желтый цвет

белый цвет

коричневый

217. Sual: Изолирующие и подавляющие раздражения цветов? (Ҷаки: 1)

черный

желтый цвет

)синий

белый

красный

218. Sual: Обновляющий, раскрепощающий цвета (Ҷаки: 1)

)желтый цвет

красный

белый

черный

синий

219. Sual: Обновляют и жизнеутверждающий? (Ҷаки: 1)

желтый цвет

белый

)красный

красный

черный

220. Sual: Помогают гасить раздражения? (Ҷаки: 1)

)белый

черный

синий

желтый цвет

красный

221. Sual: Какое место занимает среди проблемных элементов в композиции рекламы?

нижние поля

)поля

верхняя поля

баковые поля

или на какой

222. Sual: Функции полей в чем заключается? (Ҷаќи: 1)

текст

)сближает рекламу с книгой и журналом

от материала

с Ромкой

граница

223. Sual: При выборе размера полей дизайнер в чем должен руководствоваться? (Ҷаќи: 1)

экономия места

)психология восприятия

зон внимания

легком верха

утележенном низе

224. Sual: Что образует за счет слияния? (Ҷаќи: 1)

)воздух видов пробеленных материалов – отбивок до и после заголовков

правый край

красную строку

формат набора

левый край

225. Sual: Что говорит взаимоотношения вербальности визуальность? (Ҷаќи: 1)

композиции

)функциональности

элементы

изображения

ни какой

226. Sual: Что такое для текста заголовков иллюстрация? (Ҷаќи: 1)

содержания компоновки

воспринята

функциональная единство

)заголовков к иллюстрация выполняют рекламу

ни какой

227. Sual: От чего зависит восприятия? (Ҷаќи: 1)

изображения информации

)изображения рекламы и его проекта

чтения текста

нужное настроения

ни какой

228. Sual: Чем обладает текст? (Ҷаќи: 1)

)точно место и время события

коммуникация между элементов

сверху вниз

слева направо

ни какой

229. Sual: Чем текст конкретизируется? (Ҷаќи: 1)

слева на право

)начало конец

середина-право

разные типы отношения текста

ни какой

230. Sual: На что способен изображения? (Ќәкі: 1)

восприятия

процесс

)в одни тоже время может передать знаний, смыслов и оттенков

привлекать

ни какой

231. Sual: Сколько типы и виды существует Дизайн рекламы? (Ќәкі: 1)

4

5

)3

6

ни сколько

232. Sual: Что помогает принять рекламу потребителю? (Ќәкі: 1)

настолько будет ее композиция

самый простой вид текста праздничной

)аргументы и факты

психологический вид текста

идеологический вид текст

233. Sual: Что украшает композиции? (Ќәкі: 1)

накегля

заголовки

)пользователь пробеленных элементов

сюжет

стремления вместить небольшой формат как больше

234. Sual: Какой принцип определяет всей композиции? (Ќәкі: 1)

заголовки

сюжет

)универсальная

стремления вместить небольшой формат как больше

пользователь пробеленных элементов

235. Sual: Чтения текста от чего зависит? (Ќәкі: 1)

)заголовки

сюжет

накегля

стремления вместить небольшой формат как больше

пользователь пробеленных элементов

236. Sual: Основной элемент текста? (Ќәкі: 1)

)сюжет

накегля

пользователь пробеленных элементов

заголовки

стремления вместить небольшой формат как больше

237. Sual: От каких элементов зависит объем текста? (Ќәкі: 1)

когда разрабатывает рекламный продукт

во время разработки конструкторской модели

)физический и характеристики

во время разработки структуру и функции нового объекта

изучении аудитории

238. Sual: Что определяет объем освоения рекламы? (Ќәкі: 1)

во время разработки конструкторской модели

)изучении аудитории

физический и характеристики

когда разрабатывает рекламный продукт

во время разработки структуру и функции нового объекта

239. Sual: Что определяет объем пользования элементов? (Ҷаќи: 1)

когда разрабатывает рекламный продукт

)во время разработки конструкторской модели

во время разработки структуру и функции нового объекта

изучении аудитории

физический и характеристики

240. Sual: Что влияет на композицию? (Ҷаќи: 1)

без элементов

с фирменным стилем

)определяющий структуру элементов

имеющий фирменный знак

определяющий без элементов

241. Sual: Композиция когда не завершается? (Ҷаќи: 1)

)без элементов

с фирменным стилем

имеющий фирменный знак

определяющий без элементов

определяющий структуру элементов

242. Sual: Имидж фирмы? (Ҷаќи: 1)

имеющий фирменный знак

определяющий без элементов

определяющий структуру элементов

)фирменным стилем

без элементов

243. Sual: Что является для рекламы основаны? (Ҷаќи: 1)

определяющий без элементов

определяющий структуру элементов

)имеющий фирменный знак

без элементов

с фирменным стилем

244. Sual: Что определяет не целостность композиции? (Ҷаќи: 1)

годовая

системная

)переходная и проективная

сельская

квартальная

245. Sual: В каких случаях пользуется проективная модель? (Ҷаќи: 1)

)когда разрабатывает рекламный продукт

во время разработки структуру и функции нового объекта

физический и характеристики

изучении аудитории

во время разработки конструкторской модели

246. Sual: Что входит принципиальное модель рекламы? (Ҷаќи: 1)

поэтической и директивной информации

)адресные данные только

фирменный знак

заголовок

иллюстрации

247. Sual: Что такая конструкторской модель? (Ҷаќи: 1)

определяющий структуру элементов

)определяющий без элементов

без элементов

с фирменным стилем

имеющий фирменный знак

248. Sual: Сущность конструкторской модели? (Ҷаќи: 1)

переходная и проективная

годовая

)квартальная

системная

сельская

249. Sual: Сущность к функции и заголовка и иллюстрации в чем заключается? (Ҷаќи: 1)

функциональность

)привлекает произвольное

заголовки

иллюстрации

ни какой

250. Sual: В основном тексте что упоминается? (Ҷаќи: 1)

сельская

системная

)объект рекламы

переходная и проективная

квартальная

251. Sual: В содержаниях тексте раскрываются сжатые характеристики рекламы? (Ҷаќи: 1)

переходная и проективная

сельская

годовая

системная

)системная

252. Sual: Косвенные отношения к потребителю где имеются? (Ҷаќи: 1)

квартальная

переходная и проективная

системная

)в свойствах товаров

годовая

253. Sual: Что влияет на читателя? (Ҷаќи: 1)

заголовки

)функциональность

привлекает произвольное

ни какой

иллюстрации

254. Sual: Что привлекает читателя? (Ҷаќи: 1)

иллюстрации

ни какой

)заголовки

привлекает произвольное

функциональность

255. Sual: Что увлекает читателя? (Ҷаќи: 1)

ни какой

)иллюстрации

функциональность

привлекает произвольное

заголовки

256. Sual: Когда реклама перестает действовать? (Ҷаќи: 1)

)ни какой

функциональность

заголовки

иллюстрации

привлекает непроизвольное

257. Sual: Какая реклама считается полезной? (Ҷаќи: 1)

вербальное реклама

реклама вербальная

реклама престижная

)если реклама будет воспринято

реклама доброй воли

258. Sual: Престижную рекламу как называют? (Ҷаќи: 1)

)реклама доброй воли

реклама престижная

реклама вербальная

вербальное реклама

если реклама будет воспринято

259. Sual: Какой вид рекламы стирается за успех фирм? (Ҷаќи: 1)

)реклама престижная

реклама вербальная

вербальное реклама

если реклама будет воспринято

реклама доброй воли

260. Sual: Какая реклама считается полезным? (Ҷаќи: 1)

)реклама доброй воли

реклама престижная

если реклама будет воспринято

вербальное реклама

реклама вербальная

261. Sual: Содержание компоновки от чего зависит? (Ҷаќи: 1)

если реклама будет воспринято

реклама доброй воли

реклама престижная

)вербальное реклама

реклама вербальная

262. Sual: В чем заключается основной текст рекламного обращения? (Ҷаќи: 1)

желание приобрести у потребителя

показать артистизм

)толкнуть потребителя на конкретная действия

войти в образ

рассказ об свойства товары

263. Sual: Что усиливает рекламу на эмоциональное действие? (Ҷаќи: 1)

)особенности технологии

личностная интонация

рассказ свойства товара

сюжет текста

красочность

264. Sual: Где указывается объект рекламы? (Ҷаќи: 1)

объект - субъект

слоган

рубрика

)информационной части текста

в рамке

265. Sual: Какая часть, текста называется смысловым центроля обращения? (Ҷаќи: 1)

информационная часть

редакционная часть

грамотная часть

)вербальная часть

фиксированная часть

266. Sual: На что направлена престижная реклама? (Ҷаќи: 1)

)на хорошее, направлена потребителя к фирме

реклама доброй воли

3

4

ни какой

267. Sual: Потребительская реклама почему направлено коммуникацию на равных сторон

)адреналин индивидуально потребителю и является самым массовом

рекламные обращения

ассоциативные ряды

скрытия реклама

ни какой

268. Sual: На что направлено торгова промышленная реклама? (Ҷаќи: 1)

разные услуги

специализация услуг

по всем видим идет рекламация

)ищет деловых партнеров и предполагает общение равного с равным

ни какой

269. Sual: В современной обществе, что является зеркальным отражением экономики?

дизайн

художественное оформление

данная система

рыночная деятельность

)реклама

270. Sual: Своеобразия рынок, в чем заключается? (Ҷаќи: 1)

организация

управления

)динамика

маркетинг

менеджмент

271. Sual: Почему соответственно стацию роста переживает и реклама? (Ҷаќи: 1)

новая предприятия

фирмы

)количество рынок поставляет всё новых и новых клиентов

методы продажи

ни какой

272. Sual: Какие элементы можно считают свободного рынка? (Ҷаќи: 1)

этапы истории дизайн рекламы

рекламные листовки

)обращение в процесс аудио- и видео роликом

плакаты

ни какой

273. Sual: Какая продукция функционирует как бы за роликами дизайн-системы? (Ҷаќи: 1)

)от реклам торговой промышленной до потребительской, или от рубричной до образной

образуя его ближний круг

их облики содержание

изменяя эти характеристики

ни какой

274. Sual: Когда произведения дизайна соприкасаются с человеком? (Ҷаќи: 1)

облик и содержания

изменяет характеристики

)образуя его сближений круг

меняет листовки

этапы истории дизайна

275. Sual: Облик и содержание чем определяется? (Ҷаки: 1)

образует его формы

изменяет характеристики

)психофизиологическими и социальными

этапы истории дизайна и реклама

ни какой

276. Sual: Основным элементом что является рекламы? (Ҷаки: 1)

показать артистизм

)желание приобрести у потребителя

войти в образ

рассказ об свойства товаров

толкнут потребителя на конкретная действия

277. Sual: Логическая действия что формируют? (Ҷаки: 1)

толкнут потребителя на конкретная действия

желание приобрести у потребителя

)показать артистизм

рассказ об свойства товаров

войти в образ

278. Sual: Как товар преподается? (Ҷаки: 1)

)войти в образ

рассказ об свойства товаров

показать артистизм

толкнут потребителя на конкретная действия

желание приобрести у потребителя

279. Sual: Какая основным элементы рекламируется? (Ҷаки: 1)

войти в образ

желание приобрести у потребителя

)рассказ об свойства товаров

толкнут потребителя на конкретная действия

показать артистизм

280. Sual: Эмоциональная действия рекламы? (Ҷаки: 1)

рассказ свойствах товара

)личностная интонация

сюжет текста

красочность

особенности технологии

281. Sual: Какой элемент больше влияет на покупку? (Ҷаки: 1)

сюжет текста

красочность

)рассказ свойствах товара

особенности технологии

личностная интонация

282. Sual: Для общего ознакомления товары? (Ҷаки: 1)

красочность

)сюжет текста

особенности технологии

личностная интонация

рассказ свойствах товара

283. Sual: Для остановлены покупателя? (Ҷаки: 1)

)красочность

особенности технологии

личностная интонация

рассказ свойствах товара

сюжет текста

284. Sual: В процесс какие подачи рекламы имеется? (Ўэки: 1)

прямой
косвенной
)длинные
критике
с отрывом

285. Sual: Когда миг дизайн останавливается? (Ўэки: 1)

дизайнер представитель вкусов и чайный всего человечества
эстетику
экономику
)дизайнер игнорирует психологию
идеологию

286. Sual: Что является объектом рекламы? (Ўэки: 1)

слоган
рубрике
)Дизайн
в рамке
информационной части текста

287. Sual: Что определяет рекламный девиз фирмы? (Ўэки: 1)

)слоган
рубрике
в рамке
информационной части текста
объект - субъект

288. Sual: Реклама часто что использует? (Ўэки: 1)

в рамке
информационной части текста
)обращение от первого яйца
объект – субъект
слоган

289. Sual: Что повышает доверия рекламе? (Ўэки: 1)

информационной части текста
объект – субъект
)её эмоциональная действия
слоган
рубрике

290. Sual: Какая часть текста привлекает читателя? (Ўэки: 1)

редакционная часть
грамотная часть
фиксированная часть
вербальная часть
)информационная часть

291. Sual: Что влияет ни тип издания? (Ўэки: 1)

грамотная часть
фиксированная часть
)структура и композиции рекламы
вербальная часть
информационная часть

292. Sual: Что входит модульной сетки? (Ўэки: 1)

)объем, норма, места
фиксированная часть
вербальная часть
информационная часть

редакционная часть

293. Soal: Что входит стиль подачи рекламы? (Ҷэки: 1)

вербальная часть

)редакциемности

информационная часть

редакционная часть

грамотная часть

294. Soal: От чего зависит модель рекламы? (Ҷэки: 1)

фирменный знак

заголовок

иллюстрации

)поэтической и директивной информации

адресные данные только

295. Soal: Что определяет качеству рекламы? (Ҷэки: 1)

)фирменный знак

заголовок

иллюстрации

адресные данные только

поэтической и директивной информации

296. Soal: Что привлекает читателя? (Ҷэки: 1)

адресные данные только

)заголовок

иллюстрации

поэтической и директивной информации

фирменный знак

297. Soal: Визуальной рекламы что определяет? (Ҷэки: 1)

поэтической и директивной информации

)иллюстрации

адресные данные только

фирменный знак

заголовок

298. Soal: Независимость когда теряет смысл сторон? (Ҷэки: 1)

)коммуникация неравных сторон

коммуникация равных сторон

коммуникация индивидуальная

коммуникация универсальная

коммуникация массово

299. Soal: Рыночных условиях реклама что создает? (Ҷэки: 1)

)коммуникация равных сторон

коммуникация индивидуальная

коммуникация универсальная

коммуникация массово

ни какой

300. Soal: Каким субъектом легче удаётся коммуникации? (Ҷэки: 1)

коммуникация универсальная

)коммуникация индивидуальная

коммуникация массово

коммуникация неравных сторон

коммуникация равных сторон