

1. İstehlakçıya əmtəyə dair hər hansı hissi, duyğu doğuran informasiyanı nəyin vasitəsilə aşılamaq olar?

- √ dizaynı
- layihələndirmənin
- mühəndisliyin
- predmetin
- kompyuterin

2. İstehlakçıya əmtəyə dair hər hansı hissi, duyğu doğuran informasiyanı nəyin vasitəsilə aşılamaq olar?

- mühəndisliyin
- √ dizaynı
- kompyuterin
- predmetin
- layihələndirmənin

3. Sənayedə inkişaf etmiş xarici ölkələrdə dizaynın yaranmasının səbəbi nədir?

- istehsalçıları və konstruktivləri maarifləndirmək
- heç biri
- √ malların satışını hər hansı bir tərzdə stimullaşdırmaq
- predmesiz incəsənətdən ayrılmaq
- rəssam və nəzəriyyəçiləri bir araya toplamaq

4. Alan Xerlbertin cədvəllər kitabında modul cədvəlinin hansı növünə rast gəlməsi mümkündür?

- ucuz növünə
- √ ən mürəkkəb növünə
- ən sadə növünə
- qarışıq növünə
- qiymətli növünə

5. Az miqdarda struktur elementləri və aşkar üstünlüyə malik eyni tipli mətn materialından ibarət olan nədir?

- təsvir
- kompozisiya
- √ qrafik sistem
- maket
- element

6. T. Ostvald nəyi təklif etmişdir?

- √ kağızın dünya standartını
- komponentin imkanlarının artırılmasını
- kağız formatlarının kiçildilməsini
- dizayn elementlərinin artırılmasını
- reklamda qrafiklərdən istifadə olunmasını

7. 1997-ci ildə MENATEP bankı hansı metodik rəhbərliyi nəşr etdi?

- «Bank işləri»
- «Bankın reklamı»
- √ «Firma stili»
- Bank fəaliyyətində reklam
- bank stili

8. ASKO səhmdar sığorta şirkəti hansı metodik tövsiyələri buraxılmışdır?

- dizaynın əsasları
- √ «reklamda firma stili»
- modul cədvəli
- sığortanın təşkili
- sığortanın əhəmiyyəti

9. Avropada modul cədvəlləri nə vaxt tətbiq olunmuşdur?

- heç biri
- yeni jurnalların dərc olunması zamanı
- √ firma stilinin yaranması zamanı
- kağızın dünya standartı yaranan zamanı
- reklam yaranan zaman

10. Cədvəllərin yaranmasında sonrakı mərhələ nədir?

- sütunlararası sahələrin azaldılması
- √ maket-standartların meydana gəlməsi
- təsvirlərin daha çox əks olunması
- vertikal xətlərdən istifadənin çoxaldılması
- sütunun uzunluğunun azaldılması

11. Latıncadan tərcümədə kompozisiya sözünün mənası nədir?

- Gözəllik,
- Səmərəlilik, funksiya;
- √ Əlaqə, birləşmə;
- Ahəngdarlıq;
- Estetika;

12. Statik kompozisiyalar forma dayanıqlığını, rahatlığını əks etdirir və bu səbəb ilə də ona hansı vasitənin keyfiyyətlərini aid etmək olar.

- √ Simmetriyanın;
- Asimmetriyanın;
- Dinamikanın;
- Nüansın;
- Ritmin;

13. Reklam kompozisiyasında aksent hansı ahəngdarlıq vasitəsinin daha fəal elementləri hesab edilir.

- √ Ritmin;
- Asimmetriyanın;
- Simmetriyanın;
- Dinamikanın;
- Statikanın;

14. Dizaynda kompozisiya tutduğu mövqeyə əsasən necə ola bilər.

- Sadə;
- Ritmik və statik;
- √ Statik və dinamik;
- Ritmik;
- Mürəkkəb;

15. Dizayn kompozisiyasında məkan təşkilinin iki əsas üslubu hansılardır.

- Dissimetriya və asimmetriya;
- Dinamika və ritm;
- Ritm və statika;

- Dinamika və statika;
- ✓ Simmetriya və asimmetriya;

16. Bəzən simmetrik kompozisiyada baş verən dəyişkənlik nəyin pozulmasına gətirib çıxarır.

- Tamlığın;
- Bitkinliyin;
- ✓ Tarazlığın;
- Elementlərin;
- Formanın;

17. Forma ahəngdarlığının xüsusi ifadə və təsvir vasitələri necə adlanır.

- ✓ Kompozisiya;
- Texnoloji;
- Estetik;
- Plastik;
- Bədi;

18. Forma məqsədyönlü dərk edilərək yaranıbsa, onun danışmaq olar.

- ✓ Kompozisiyasından;
- Xassələrindən;
- Spesifik xüsusiyyətlərindən;
- Həcmindən;
- Formasından;

19. Dizayn kompozisiyasında ahəngdarlığın yaradılması üçün mütləq tələb nədən ibarətdir?

- Təzad və rəngarəngliyin uyğunlaşması;
- Metr və ritm birliyi;
- Nüans və eyniliyin uyğunlaşması;
- ✓ Vahid və rəngarəngliyin birliyi;
- Miqyas və ölçülərin mütənasibliyi;

20. Proporsiyaların (nisbətlərin) yaranması üçün neçə minimal qarşılıqlı əlaqəli ölçü tələb olunur

- 1
- 5
- 3
- 4
- ✓ 2

21. Ritmik sıranı hansı xüsusiyyətlər biri-birinə bağlayır?

- ✓ Oxşarlıq;
- Təzadlılıq;
- Dinamiklik;
- Sabitlik;
- Simmetriya xüsusiyyətləri;

22. Elementlər arasında ən sadə əlaqə forması hansı vasitə ilə müəyyən edilir?

- ✓ Onların eyniləşdirilməsi ilə;
- Onların sabitliyi ilə;
- Onların qarşılıqlı təsiri ilə;
- Onların mütənasibliyi ilə;
- Onların dinamikası ilə;

23. Hansı ifadəlik vasitəsi formaların fərqlərini aradan götürərək, onların bənzərsizliklərini (fərqlərini) biri-birinə yaxınlaşdırır?

- Dinamika;
- Nüans;
- √ Təzad;
- Assimetriya;
- Dissimetriya;

24. Assimetrik kompozisiyada ritm hansı məqsədə xidmət edir?

- √ Dinamikanı gücləndirir;
- Assimetriyanı aradan götürür;
- Dinamikanı azaldır;
- Statikanı zəiflədir;
- Statikanı gücləndirir;

25. Kompozisiyanın hansı ifadəlik vasitəsinin köməyi ilə hərəkətin istiqaməti müəyyən edilir və ondan ən əsas xüsusiyyəti diqqətə cəlb etmək üçün istifadə edilir?

- √ Dinamika;
- Miqyas;
- Tabeçilik;
- Simmetriya;
- Statika;

26. Formanı iki hissəyə bölən təsəvvür edilən müstəvi necə adlanır?

- Simmetriya oxu;
- Assimetriya müstəvisi;
- √ Simmetriya müstəvisi;
- Təsəvvür edilən müstəvi;
- Proyeksiya müstəvisi;

27. Dizaynda estetik emosiyaların yaradılması üçün yalnız tələb olunur.

- Maddi-texniki baza;
- Emosional təsir;
- √ Hissi qavrayış;
- Sosial tələblərə riayət;
- Məişət tələblərinin nəzərə alınması;

28. Kompozisiyanın qavrayışı zamanı hansı imkan nəzərə alınmalıdır?

- Onun estetik yararsızlığının yaranması;
- Kompozisiyanın güclənməsi;
- √ Perspektiv illüziyaların yaranması;
- Emosional təsirin azalması;
- Kompozisiyanın fiziki köhnəlməsi;

29. Dizayn reklamında estetik qiymətlər hansı meyara əsaslanır?

- √ Sosial-tarixi təcrübəyə;
- Maddi-texniki bazaya;
- Sosial-siyasi şəraitlərə;
- Texniki-iqtisadi göstəricilərə;
- Funksional-texniki məsələlərin həllinə;

30. Simmetriyanın qismən pozulması necə adlanır?

- √ Disimetriya;
- Assimetriya;

- Vintvari simmetriya;
- Aksonometriya;
- Güzgü simmetriyası;

31. Dizaynda kompozisiya ahəngdarlığı hansı vasitələrlə əldə edilir?

- √ Kompozisiyanın ifadəlik vasitələri ilə;
- Elementlərin müxtəlifliyi;
- Vəhdətin pozulması ilə;
- Tabeçilik və təzad vasitələri ilə;
- Oxşarlıq və eynilik qanunları ilə;

32. Dizayn fəaliyyətində ideya və məzmun vəhdətini təmin edən bədii ifadə vasitələri və yaradıcılıq üsulları birliyi necə adlanır?

- √ Üslub;
- Funksiya və konstruktiv quruluş;
- Formatəşkili;
- Konstruktiv quruluş;
- Funksiya;

33. Dizaynın estetikliyi necə prinsipial məqamla izah olunur?

- √ 2
- 6
- 5
- 4
- 3

34. Dizaynın keçmişdən indiyədək ən güclü cəhəti nədir?

- √ estetikliliyi
- sadəliyi
- mürəkkəbliyi
- uzunömürlülüüyü
- obrazlılığı

35. Dizaynda supermatizm cərəyanının banisi və ideya ilhamçısı kim idi?

- √ Kazimir Maleviç
- V. Kuşner
- O. Brik
- V. Tatlin
- Vsevolod Meyerxold

36. Predmetsiz incəsənət nümayəndələrini dizayn yaradıcılığında sosial məqsədyönlülüyə istiqamətləndirən nə idi?

- √ konstruktivizm
- konfigurasiya
- prinsip
- fənd
- fəaliyyət

37. Aşağıdakılardan hansının dizayn fəaliyyətində konstruktivizmin inkişafında rolu böyükdür?

- kompyuterin
- modelləşdirmənin
- stilin
- predmetin
- √ teatrın

38. Dizayn işində yeni stilistik fəndlərin işlənməsindən bədii- konstruktor həllərinə keçidin əsaslandırılması dizaynın inkişafının hansı mərhələsində baş vermişdir?
- ✓ birinci
 - beşinci
 - dördüncü
 - üçünçü
 - ikinci
39. Dizayn inkişafının I mərhələsi necənci illəri əhatə edir?
- 1900-1907
 - 1905-1908
 - 1908-1920
 - 1991-1999
 - ✓ 1917-1922
40. Dizaynın istehsalın və təşviqat-kütləvi incəsətin kəşiməsində formalaşan onun hansı inkişaf mərhələsinə aiddir?
- üçünçü
 - ikinci
 - ✓ birinci
 - beşinci
 - dördüncü
41. Dizaynın estetikliyinin prinsipial izahı hansılardır? I. dizaynın yaranması xüsusiyyətləri II. dizaynınstimullaşdırılması zərurəti III. XX əsrdə sənayenin müasir mərhələləri IV. predmetsiz incəsənət
- I, II, III
 - ✓ I, III
 - II, III
 - II, IV
 - III, IV
42. Dizayn kompozisiyanın yaradılması prosesi funksiya, konstruksiya və ...ilə əlaqədardır?
- İstehsalın inkişafı;
 - ✓ Bədii ideya;
 - Qədim irs;
 - Mənəvi tələbat;
 - Maddi durum;
43. Latıncadan tərcümədə kompozisiya sözünün mənası nədir?
- Səmərəlilik, funksiya;
 - ✓ Əlaqə, birləşmə;
 - Estetika;
 - Gözəllik,
 - Ahəngdarlıq;
44. Hansı ahəngdarlıq vasitələri formaların funksional və konstruktiv imkanlarının əsasında yaranıb
- Ritim və metr;
 - Asimmetriya və simmetriya;
 - ✓ Nüans və təzad;
 - Dinamika və statika;
 - Simmetriya və dissimmetriya;

45. Dinamik kompozisiyalar çevik formaları əks etdirdiyi üçün ona hansı vasitənin keyfiyyətlərini aid etmək olar.
- Simmetriyanın;
 - Eyniliyin;
 - Metrik sıranın;
 - Disimmetriyanın;
 - √ Ritmin;
46. Statik kompozisiyalar forma dayanıqlığını, rahatlığını əks etdirir və bu səbəb ilə də ona hansı vasitənin keyfiyyətlərini aid etmək olar.
- Ritmin;
 - √ Simmetriyanın;
 - Nüansın;
 - Asimmetriyanın;
 - Dinamikanın;
47. Reklam kompozisiyasında aksent hansı ahəngdarlıq vasitəsinin daha fəal elementləri hesab edilir.
- Simmetriyanın;
 - Dinamikanın;
 - √ Ritmin;
 - Asimmetriyanın;
 - Statikanın;
48. Dizaynda kompozisiya tutduğu mövqeyə əsasən necə ola bilər.
- √ Statik və dinamik;
 - Ritmik və statik;
 - Sadə;
 - Mürəkkəb;
 - Ritmik;
49. Kompozisiyada eyni vaxtda metrik təkrarların bir neçə sırası inkişaf etdikdə, metrik sıra necə olur.
- √ Mürəkkəb;
 - Sadə;
 - Statik;
 - Dinamik;
 - Oxşar;
50. Metrik cərgə neçə elementin təkrarlanması əsasında sadə olur.
- √ Bir;
 - İki və ya üç;
 - Fərqi yoxdur;
 - İki;
 - Bir neçə;
51. Dizayn kompozisiyasında ritm hərfi mənada nə deməkdir.
- √ Takt, vəzn;
 - Ardıcıl;
 - Aksent;
 - Qayda;
 - Sıra;
52. Dizayn kompozisiyasında məkan təşkilinin iki əsas üslubu hansılardır.
- Dissimmetriya və asimmetriya;
 - Dinamika və ritm;

- Ritm və statika;
- Dinamika və statika;
- √ Simmetriya və asimmetriya;

53. Bəzən simmetrik kompozisiyada baş verən dəyişkənlik nəyin pozulmasına gətirib çıxarır.

- Formanın;
- Tamlığın;
- √ Tarazlığın;
- Bitkinliyin;
- Elementlərin;

54. Hansı ahəngdarlıq vasitəsi təbiət aləmində geniş yayılıb.

- √ Dissimmetriya;
- Nüans;
- Təzad;
- Simmetriya;
- Asimmetriya;

55. Forma ahəngdarlığının xüsusi ifadə və təsvir vasitələri necə adlanır.

- √ Kompozisiya;
- Bədi;
- Texnoloji;
- Estetik;
- Plastik;

56. Forma məqsədyönlü dərk edilərək yaranıbsa, onun danışmaq olar.

- √ Kompozisiyasından;
- Xassələrindən;
- Spesifik xüsusiyyətlərindən;
- Həcmindən;
- Formasından;

57. Dizayn kompozisiyasında ahəngdarlığın yaradılması üçün mütləq tələb nədən ibarətdir?

- Nüans və eyniliyin uyğunlaşması;
- Metr və ritm birliyi;
- Təzad və rəngarəngliyin uyğunlaşması;
- Miqyas və ölçülərin mütənasibliyi;
- √ Vahid və rəngarəngliyin birliyi;

58. Proporsiyaların (nisbətlərin) yaranması üçün neçə minimal qarşılıqlı əlaqəli ölçü tələb olunur

- √ 2
- 1
- 5
- 3
- 4

59. Ritmik sıranı hansı xüsusiyyətlər biri-birinə bağlayır?

- Təzadlılıq;
- √ Oxşarlıq;
- Sabitlik;
- Dinamiklik;
- Simmetriya xüsusiyyətləri;

60. Elementlər arasında ən sadə əlaqə forması hansı vasitə ilə müəyyən edilir?
- √ Onların eyniləşdirilməsi ilə;
 - Onların dinamikası ilə;
 - Onların mütənasibliyi ilə;
 - Onların qarşılıqlı təsiri ilə;
 - Onların sabitliyi ilə;
61. Hansı ifadəlik vasitəsi formaların fərqlərini aradan götürərək, onların bənzərsizliklərini (fərqlərini) biri-birinə yaxınlaşdırır?
- √ Təzad;
 - Dissimmetriya;
 - Dinamika;
 - Nüans;
 - Assimmetriya;
62. Assimmetrik kompozisiyada ritm hansı məqsədə xidmət edir?
- √ Dinamikanı gücləndirir;
 - Statikanı zəiflədir;
 - Dinamikanı azaldır;
 - Assimmetriyanı aradan götürür;
 - Statikanı gücləndirir;
63. Kompozisiyanın hansı ifadəlik vasitəsinin köməyi ilə hərəkətin istiqaməti müəyyən edilir və ondan ən əsas xüsusiyyəti diqqətə cəlb etmək üçün istifadə edilir?
- √ Dinamika;
 - Simmetriya;
 - Tabeçilik;
 - Miqyas;
 - Statika;
64. Formanı iki hissəyə bölən təsəvvür edilən müstəvi necə adlanır?
- √ Simmetriya müstəvisi;
 - Proyeksiya müstəvisi;
 - Simmetriya oxu;
 - Assimmetriya müstəvisi;
 - Təsəvvür edilən müstəvi;
65. Dizaynda estetik emosiyaların yaradılması üçün yalnız tələb olunur.
- √ Hissi qavrayış;
 - Məişət tələblərinin nəzərə alınması;
 - Maddi-texniki baza;
 - Emosional təsir;
 - Sosial tələblərə riayət;
66. Kompozisiyanın qavrayışı zamanı hansı imkan nəzərə alınmalıdır?
- √ Perspektiv illüziyaların yaranması;
 - Onun estetik yararsızlığının yaranması;
 - Kompozisiyanın güclənməsi;
 - Emosional təsirin azalması;
 - Kompozisiyanın fiziki köhnəlməsi;
67. Dizayn reklamında estetik qiymətlər hansı meyara əsaslanır?
- √ Sosial-tarixi təcrübəyə;

- Texniki-iqtisadi göstəricilərə;
- Sosial-siyasi şəraitlərə;
- Maddi-texniki bazaya;
- Funksional-texniki məsələlərin həllinə;

68. Simmetriyanın qismən pozulması necə adlanır?

- √ Disimmetriya;
- Güzgü simmetriyası;
- Aksonometriya;
- Vintvari simmetriya;
- Assimetriya;

69. Elementlərin arasında oxşarlıq fərqlərdən daha çox olanda, bu xüsusiyyəti ifadə edən ifadəlik vasitəsi necə adlanır?

- √ Nüans;
- Kontrast;
- Miqyas;
- Assimetriya;
- Mütənasiblik;

70. Dizaynda kompozisiya ahəngdarlığı hansı vasitələrlə əldə edilir?

- √ Kompozisiyanın ifadəlik vasitələri ilə;
- Tabeçilik və təzad vasitələri ilə;
- Vəhdətin pozulması ilə;
- Elementlərin müxtəlifliyi;
- Oxşarlıq və eynilik qanunları ilə;

71. Dizayn fəaliyyətində ideya və məzmun vəhdətini təmin edən bədii ifadə vasitələri və yaradıcılıq üsulları birliyi necə adlanır?

- √ Üslub;
- Konstruktiv quruluş;
- Formatəşkili;
- Funksiya və konstruktiv quruluş;
- Funksiya;

72. Dizaynın estetikliyi necə prinsipial məqamla izah olunur?

- 6
- 3
- 4
- 5
- √ 2

73. Dizaynın keçmişdən indiyədək ən güclü cəhəti nədir?

- √ estetikliliyi
- sadəliyi
- mürəkkəbliyi
- uzunömürlülüüyü
- obrazlılığı

74. Xüsusi həndəsi xassələrinə görə mütənasib əlaqələrin yaradılması üçün inşaat materialı kimi nədən istifadə olunmalıdır?

- √ fəza formalarının ölçü mütənasibliyindən
- vertikal və horizontal xətlərdən
- həcəsi fiqurlardan
- modellərdən

- rənglərin uyğunluğundan

75. Cədvəlləri işləyərkən kvadratı və ondan çıxarılmış düzbucaqlını əsas götürən kimdir?

- √ Y Müller – Brakman
- P. Keinq
- R. Holl
- Q. Braudye
- D. Drav

76. Reklam nəyi formalaşdırır?

- malın funksiyalarını
- tələb və təklifi
- təklifi
- √ alıcı tələbatını
- istehlakçı zövqünü

77. Reklam məhsulunun təhlil edilməsi nələrdən ibarətdir?

- √ bazar konyukturunun inkişafını izləmək və prioritet sahələrin müəyyən etməklə
- tələbin prqnozlaşdırılması
- nisbi tələbin dəqiqləşdirilməsi
- alternativ tələbin qeydə alınması
- tələbin öyrənilməsi

78. Reklam obyektinin struktur vəhdəti nədə ifadə olunur?

- √ kompozisiyada
- kompazisiyada
- obyektə
- obrazda
- kommunikasiyada

79. Cizgi üzərində təsvir edilən xətt parçası ilə naturada mövcud olan xəttin arasında yaranan nisbət necə adlanır?

- √ Miqyas;
- Eynilik;
- Qızıl bölgü;
- Nyüans;
- Tektonika;

80. Kompozisiyada elementin üç (hündürlük, en, dərinlik) ölçüdə inkişafı yaranmasına səbəb olur.

- √ Həcmi kompozisiyanın;
- Assimetrik quruluşun;
- Simmetrik quruluşun;
- Dinamik kompozisiyanın;
- Frontal kompozisiyanın;

81. Dizayn reklamında dinamik qanununa uyğunluğunu ifadə edən fərqli elementlər sırasının xüsusiyyətlərinin ardıcıl dəyişməsi adlanır.

- √ Ritm;
- Metr;
- Plastika;
- Nyuans;
- Statika;

82. Bu xüsusiyyətlərin hansıları kompozisiyanın iki mühüm xüsusiyyətlərindəndir?

- √ Üslub vəhdəti və forma bitkinliyi;
- Üslub müxtəlifliyi və forma gözəlliyi;
- İqlim və funksional şəraitlərin uyğunluğu;
- İqlim və funksional şəraitlərin uyğunluğu;
- Texniki vasitələrlə inşaat materiallarının vəhdəti;

83. Dizaynda kompozisiya ahəngdarlığı hansı vasitələrlə əldə edilir?

- √ Kompozisiyanın ifadəlik vasitələri ilə;
- Tabeçilik və təzad vasitələri ilə;
- Vəhdətin pozulması ilə;
- Elementlərin müxtəlifliyi;
- Oxşarlıq və eynilik qanunları ilə;

84. Qəzet və jurnal dizaynında sistemli dizaynın predmeti nədən ibarətdir?

- √ nəşrin bütöv sturuklaşmış modelindən
- konstruksiyadan
- onların tərtibatından
- tematik vahidlərdən
- modelləşdirmədən

85. Proqram, layihələndirmə üçün ilkin faza qismində çıxış edən nədir?

- √ dizayn
- obyekt
- layihələndirmə
- modelləşdirmə
- obraz

86. Proqram, layihələndirmə üçün ilkin faza qismində çıxış edən nədir?

- √ dizayn
- obyekt
- layihələndirmə
- modelləşdirmə
- obraz

87. Layihənin məqsədi və bu məqsədə nail olmağın üsullarını əsaslandırın nədir?

- √ dizayn konsepsiyası
- proqram
- tipografiya
- layihələndirmə
- optimal model

88. Sistemli dizaynın əsasında nə durur?

- √ sistemli yanaşma
- inkişaf
- potensial istehlakçılar
- nəşriyyat
- məntiqi sistem

89. Kompozisiya funksional, konstruktiv və məsələlərin həllinə xidmət edir.

- √ Estetik;
- Maddi-texniki;
- Reklam;

- Utilitar;
- Təşkilat;

90. Dizayn fəaliyyətində forma əldə etmə prosesi necə adlanır?

- √ Forma yaradıcılığı;
- Kombinasiya;
- Harmonizasiya;
- Kombinatorika;
- Formalizm;

91. Dizayn forma ilə məkanın arasında yaranan qarşılıqlı əlaqə necə adlanır?

- √ Həcm-məkan kompozisiyası;
- Həcmi kompozisiya;
- Açıq kompozisiya;
- Qapalı kompozisiya;
- Frontal kompozisiya;

92. Dizayn reklamına məxsus bədii vasitələrin hər biri müstəqil dəyərə malik olmayaraq yalnız ... əhəmiyyət kəsb edir.

- √ Kompozisiya sistemində;
- Forma ahəngdarlığında;
- İnsanların ünsiyyət prosesində;
- Sənət növlərinin sintezində;
- Forma xaosunda;

93. Dövrün yaratdığı ideali ifadə edən, insanın psixofizioloji qavrayışına cavab verən tələblər hansılardır?

- √ Estetik tələblər;
- Maddi tələblər;
- Mədəni tələblər;
- Məişət tələbləri;
- Psixoloji tələblər;

94. Kitab aləmi , Moskva axşam , Yeni mallar və s. nəşrlərin yayımında dizaynın inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?

- ikinci
- √ dördüncü
- beşinci
- üçüncü
- birinci

95. Xalq istehlakı mallarının funksional və estetik keyfiyyətinə ciddi diqqət yetirməyə dizaynın inkişafının hansı mərhələsində başlanmışdır?

- üçüncü
- √ dördüncü
- beşinci
- birinci
- ikinci

96. Dizayn inkişafının hansı mərhələsi bədii konstruksiya etmənin dirçəliş dövrü adlandırılı bilər?

- beşinci
- √ dördüncü
- üçüncü
- ikinci
- birinci

97. Dizaynın inkişafının dördüncü dövrü hansı illəri əhatə edir?
- 2001-2009-cu illər
 - XX əsrin sonu XXI əsrin əvvəli
 - √ keçən əsrin 60-80-ci və ya 60-90-cı illəri
 - 1905-1910
 - XX əsrin 50-ci illəri
98. Dizaynın dar tətbiqi istiqamətlərə bölünməsi onun inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?
- birinci
 - √ üçüncü
 - dördüncü
 - beşinci
 - ikinci
99. Kompozisiya funksional, konstruktiv və məsələlərin həllinə xidmət edir.
- Reklam;
 - Təşkilat;
 - √ Estetik;
 - Maddi-texniki;
 - Utilitar;
100. Dizayn reklamında eyni və oxşar elementlərin təkrarlanması zamanı hansı qayda yaradan məhvumun əsasında əhəngdarlıq əldə edilir?
- Plastik həllin;
 - √ Oxşarlıq qanununun;
 - Bitkinliyin;
 - Təzadlı müqaisəsinin;
 - Vizual fərqi;
101. Eynilik qanunu ifadə edir.
- √ Vəhdət və oxşarlığı;
 - Qanunauyğunluğun pozulmasını;
 - Nyuans və təzadı;
 - Gözəllik qanunlarını;
 - Vəhdət və müxtəlifliyi;
102. Nisbət və mütənasiblik, miqyas və əhatəlik, təzad, nyuans, ritm, metr, plastika, dinamika, statika, rəng, tarazlıq, simmetriya, assimetriya - bunlar hamısıdeməkdir.
- √ Kompozisiyanın ifadəlik vasitələri;
 - Konstruksiyanın ifadəlik vasitələri;
 - Vizual qavrayış vasitələri;
 - Gözəlliyi dərk etmə vasitələri;
 - Funksiyanın ifadəlik vasitələri;
103. Forma və mahiyyət, həcmələrin və məkanın qarşılıqlı əlaqə və tabeçilik qanunları ilə həyata keçənəsasında qurulur.
- √ Funksiya vəhdətinin;
 - Konstruktiv strukturun;
 - Estetik düşüncənin;
 - İqtisadi tələblərin;
 - Reklam kompozisiyasının;
104. Dizayn kompozisiyası nəzəriyyəsi nəyi öyrənir?
- √ Ümumi formayaratma qanunauyğunluqlarını;

- Ümumi bionika qanunlarını;
- Həcmələrin fiziki xüsusiyyətlərini;
- Materialların fakturasını;
- Konstruktiv quruluş qanunlarını;

105. Funksional məsələlərin bədii səviyyədə həlli necə adlanır?

- √ Dizayn kompozisiyası;
- Üzvü memarlıq;
 - Dizayn təşkili;
 - Funksiya əhəngdarlığı;
 - Dizayn blonikası;

106. Dizaynda həcmlilik, məkanilik, çəki, sıxlıq, məkanda yerləşmə xüsusiyyətlərinə malik hər bir maddi əşya üçün nə xarakterikdir?

- √ forma;
- plastikliklik;
 - gözəllik;
 - əhəngdarlıq;
 - funksiya;

107. Dizayn fəaliyyətində forma əldə etmə prosesi necə adlanır?

- √ Forma yaradıcılığı;
- Kombinasiya;
 - Harmonizasiya;
 - Kombinatorika;
 - Formalizm;

108. İnsanın hər-hansı bir təzahürü estetik baxımdan qiymətləndirmə qabiliyyəti necə adlanır?

- √ Estetik zövq;
- Maddi durum;
 - Yaradıcılıq qabiliyyəti;
 - Funksional proses;
 - Mənəvi tələbat;

109. Həcm-məkan kompozisiyası neçə ölçüyə əsasən qurulur?

- √ 3
- 4
 - 2
 - 6
 - 5

110. İdeya və məzmun vəhdətini təmin edən bədii ifadə vasitələri və yaradıcılıq üsulları birliyi necə adlanır?

- √ Üslub;
- Konstruktiv quruluş;
 - Formatəşkili;
 - Forma bitkinliyi;
 - Funksiya;

111. Dizaynda ən sadə və daha çox tətbiq edilən quruluş forması hansıdır?

- √ Parallelepiped;
- Şar;
 - Kub;
 - Konus;
 - Silind;

112. Dizayn forma ilə məkanın arasında yaranan qarşılıqlı əlaqə necə adlanır?

- √ Həcm-məkan kompozisiyası;
- Həcmi kompozisiya;
- Açıq kompozisiya;
- Qapalı kompozisiya;
- Frontal kompozisiya;

113. Dizayn reklamına məxsus bədii vasitələrin hər biri müstəqil dəyərə malik olmayaraq yalnızəhəmiyyət kəsb edir.

- Forma ahəngdarlığında;
- Sənət növlərinin sintezində;
- √ Kompozisiya sistemində;
- Forma xaosunda;
- İnsanların ünsiyyət prosesində;

114. Simmetriya və assimetriya, nüans və təzad, ritm və metr, nisbət və mütənasiblik, rəng və materialın fakturası hansı məqsədə xidmət edir?

- √ Məkan formasının təşkili;
- Baş planın tərtib edilməsi;
- Optik illüziyaların yaradılması;
- İzahat vərəqəsinin tərtib edilməsi;
- Mənəvi inkişaf;

115. Dizayn reklamında ölçünün, formanın və məqsədin göz optikasının qeyri-mükəmməl qavrayışından və yaxud psixoloji qavrayış sistemindən irəli gələn qeyri-real qiymətləndirilməsi necə adlanır?

- √ Optik illüziya;
- Assimetriya;
- Dissimetriya;
- Arxitektika;
- Simmetriya;

116. Konstruksiyanın və materialın xarici görkəminin bədii düşünülmüş ifadəsi necə adlanır?

- √ Tektonika;
- Harmonizasiya vasitəsi;
- Formayaradıcılıq;
- Funksiya;
- Ahəngdar əsər;

117. Dövrün yaratdığı ideali ifadə edən, insanın psixofizioloji qavrayışına cavab verən tələblər hansılardır?

- √ Estetik tələblər;
- Maddi tələblər;
- Mədəni tələblər;
- Məişət tələbləri;
- Psixoloji tələblər;

118. Kompozisiya hansı məhvumun qarşılıqlı əlaqə tərzini müəyyən edir?

- √ Bədii vasitələrin;
- Ətraf mühitin;
- Texniki vasitələrin;
- Simmetriya və assimetriyanın;
- Zövqlərin;

119. Dizayn inkişafının hansı mərhələsində ixtiraçılıq və novatorluq ab-havası dizaynı tərk etməyə başlamışdır?

- √ üçüncü
- beşinci
- birinci
- ikinci
- dördüncü

120. Standartlaşdırma prinsipinin nəinki insanlara, həmçinin yaradılan süni mühitə tətbiq olunması dizaynın inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?

- √ üçüncü
- beşinci
- birinci
- ikinci
- dördüncü

121. Dizaynın inkişafının üçüncü mərhələsi neçənci illəri əhatə edir?

- √ 1933-1960
- 1900-1907
- 1991-1999
- 1908-1920
- 1917-1922

122. Dizaynın orijinal yaradıcılıq konsepsiyasının formalaşması onun inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?

- √ ikinci
- dördüncü
- beşinci
- birinci
- üçüncü

123. Dizaynın təcrübi və tətbiqi məsələlərin həllinə istiqamətlənməsi onun inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?

- √ ikinci
- dördüncü
- beşinci
- birinci
- üçüncü

124. Diplomlu dizaynerlərin- Texniki Estetika İnstitutunda məzunların buraxılmasına başlanılması, dizaynerlərin peşəkar hazırlanması üçün digər təhsil mərkəzlərinin yaradılması dizaynın inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?

- √ ikinci
- dördüncü
- beşinci
- birinci
- üçüncü

125. Dizaynın inkişafının ikinci mərhələsi neçənci illəri əhatə edir?

- √ 1923-1932
- 1900-1907
- 1991-1999
- 1908-1920
- 1917-1922

126. Dizaynda professional modelinin yaranması dövrü onun inkişafının hansı mərhələsinə aiddir?

- √ birinci

- üçüncü
- dördüncü
- beşinci
- ikinci

127. R.Bartes hansı ölkənin tədqiqatçısı olmuşdur?

- İngiltərə
- Almaniya
- ✓ Amerika
- İtaliya
- Fransa

128. Mətn və təsvirlərin neçə tipi vardır?

- ✓ 2
- 4
- 5
- 6
- 3

129. Mətnə dərhal dərk olunma qaydası hansı mexanizmə əsaslanır?

- ✓ soldan sağa, yuxarıdan aşağıya
- soldan sağa, aşağıdan yuxarıya
- soldan sağa
- yalnız aşağıdan yuxarıya
- sağdan sola, yuxarıdan aşağıya

130. Bunlardan hansı daha etibarlıdır?

- ✓ mətn
- şəkillər
- resipient
- illüstrasiya
- təsvir

131. Mətn üçün nə xarakterikdir?

- ✓ hadisələrin dəqiq yerini və tarixini göstərir
- hadisələrin yalnız tarixini göstərir
- hadisələrin məzmununu əks etdirir
- hadisələrin kəmiyyətini əks etdirir
- hadisələrin yalnız yerini göstərir

132. Bunlardan hansı reklamda daha çox konkretliyə malikdir?

- ✓ mətn
- şəkillər
- resipient
- illüstrasiya
- təsvir

133. Çap reklamında materialların verilməsinin əsas vasitəsi nədir?

- şəkillər
- illüstrasiyalar
- ✓ təsvir
- təsvir və şəkillər
- təsvir və illüstrasiyalar

134. Reklam obyektinin obrazının yaradılmasında əsas vasitə nədir?

- √ təsvir
- illiustrasiyalar
- resipient
- resipient və illiustrasiyalar
- təsvir və illiustrasiyalar

135. Resipientin özəlliyi nədən ibarətdir?

- √ az səy və vaxt sərf edərək illustrasiyanı qavrayır
- illustrasiyanın qavranılmasında heç bir əhəmiyyət kəsb etmir
- pesiment zəif olur
- pesiment gücü olub
- çox səy və vaxt sərf edərək illustrasiyanı qavramır

136. Reklamda mühüm rol oynayan təsvirin uyğunluğu nədir?

- √ onun dərk olunmasının sadəliyi
- onun perspektivliyi
- onun qırışlılığı
- onun vacibliyi
- onun dərk olunmasının mürəkkəbliyi

137. Reklamın hər hansı bir müəssisəsinin verdiyi məlumata əsasən istehsalda düzəlişlər verilməsi fəaliyyəti necə qiymətləndirilir?

- √ firmanın imicinin yüksəldilməsi
- firma nişanını tələb edir
- müəssisənin məcmunu genişləndirilməsi
- bunlardan hes biri
- firmanın imicini aşağı salır

138. Stabil reklam layihəsini işləməyə mane olan hansı amillərdir?

- √ marketing tədqiqatının 1 dəfə aparılması
- 5
- 6
- 7
- 2

139. Reklam agentliklərinin işinin əsasını nələr təşkil edir?

- √ sənayecə inkişaf etmiş müəssisələrin çoxluğu
- müəssisələrin tələbinin öyrənilməsi
- firmanın strukturunun təkmilləşməsi
- bunlardan heç biri
- əhalinin tələbinin formalaşması

140. Qəzetin şəhər dərəcəsiindən ümumdövlət qəzetinə çevrilməsində ona təsir edən amillər?

- əhalidə oxumağa həvəsin sönməsi
- √ mətbuat bazarının dinamik inkişafı struktur xarakteristikasının dəyişdirilməsi, oxucuların yeni qrupunun cəlb edilməsi
- bazarda oxucu tələbinin azalması
- keçid dövrü
- iqtisadi faktor

141. Mövcud startegiyanın dəyişməsinə təsir edən amillər hansılardır?

- √ dizayner bacarığı, səyi və daha çox dünyagörüşü

- kompozisiya variantları
- ilkin layihədə buraxılmış rəhbər
- dizaynerin bacarıqsızlığı
- konstruktor elementləri

142. Reklam auditoriyasında kimlərə üstünlük verilir?

- √ yeni yetmələr və uşaqlar
- ahıllar
- qadınlar
- kişilər
- yetkinlər

143. Reklam fəal olduqda öz sifarişçilərinə necə təsir göstərir?

- √ tələbi formalaşdırır
- sifarişçilərin sifarişini dəqiqləşdirməyi tələb edir
- daimi tələbi əsas götürür
- proqnoz tələbi
- sifarişçiləri özünə cəlb edir

144. Hansı dizayn növündə layihə obrazının formalaşması perspektiv ünvanlaşmışdır?

- √ sistemli dizayn
- heç biri
- obyektiv dizayn
- sənaye dizayn
- subyektiv dizayn

145. Layihənin məqsədi və bu məqsədə nail olmağın üsullarını əsaslandırın nədir?

- √ dizayn konsepsiyası
- layihələndirmə
- tipografiya
- proqram
- optimal model

146. Müştərinin arzularının layihədə hansı dərəcədə nəzərə alınması və potensial istehlakçı, qarşısında məhsulun hansı görkəmdə duracağı nədən asılıdır?

- layihələndirmədən
- √ dizaynerin peşakarlığından
- məhsulun keyfiyyətindən
- reklamdan
- modelləşdirmədən

147. Reklamın görkəmi (formas) və məzmununa nə təsir göstərir?

- √ cəmiyyətin psixoloji parametri, təhsil səviyyəsi
- iqtisadi siyasi hadisələr
- tələb və təklif qanunu
- alıcı tələbatı
- iqtisadi inkişaf

148. Reklam nəyə xidmət edir?

- √ malın bazarda irəliləməsinə
- tələb və təklifin razılaşmasına
- istehsalçı zövqünün formalaşmasına
- bazar münasibətlərinin genişlənməsinə

- məhsul haqqında informasiyanın əldə edilməsinə

149. Reklam fəaliyyəti sferasını nə tənzimləyir?

- √ qanunvericilik
- resipient
- satıcı
- istehlakçı
- müəssisə rəhbəri

150. İstehlakçı cəmiyyətini nə tərbiyə edir?

- √ reklam
- təklif
- estetik zövq
- estetik hiss
- tələb

151. Dizaynda vizual formalarda dərkətmənin xarakterini nə formalaşdırır?

- √ mədəni ənənələr və müasir tendensiyalar
- təhsil səviyyəsi
- estetik hiss
- konstruktor modeli
- cəmiyyətin psixoloji parametrləri

152. Dizayn reklamının əksər əsərləri kimlə təmasda olur?

- √ əsasən insanla olur və onunla yaxın dairə əmələ gətirir
- reklam obyektləri ilə
- dizaynerlərlə
- insanla heç bir dairə əmələ gətirməyən ünsürlərlə
- insanla heç bir dairə əmələ gətirməyən ünsürlərlə

153. Məhsulun reklam və dizayn sistemi çərçivəsindən kənar fəaliyyət göstərməsinə hansı amillər təsir edir?

- √ birbaşa soluma ünvanlanma
- rubrikalı reklam
- reklam dizaynının təkamülü
- yeni-yeni müştərilərin qəbulu
- istehlak reklamı

154. Reklam dizaynının təkamül yolunu nələr müəyyənləşdirir?

- √ ticarət sənaye təyinatlı reklamdan istehlakçıyadək rubrikalı reklam
- rubrikalı reklam
- istehlak reklamı
- birbaşa soluma ünvanlama
- ticarət-sənaye təyinatlı reklam

155. Reklam vasitələrinin fəaliyyətini yaşadan nədir?

- √ fəaliyyət mərhələləri, hər gün yeni-yeni müstəvilərin qəbulu
- müəssisə və təşkilatlar
- təşkilatlar
- müəssisə
- firmanın ovu

156. Bazar subyektlərinin fəaliyyəti nələrin köməkliyi ilə öyrənilir?

- ✓ reklam vericilərinin
- reklam subyektlərinin
- reklam təşkilatçısının
- dizaynerlərin
- reklam obyektlərinin

157. Alıcı tələbatını nə formalaşdırır?

- ✓ reklam
- təklif
- estetik zövq
- estetik hiss
- tələb

158. Obyektin bütün məqamlarını, ilkin konseptual layihələndirmədən sonrakı funksionallığadək bütün cəhətlərini əhatə edən nədir?

- ✓ sistemli dizayn
- subyekt
- estetika
- obraz
- obyekt

159. DP-1-in əsasında işlənir və layihəni ideal virtual mövcudluqdan maddi varlığa keçirilir cümləsini tamamlayın

- ✓ DP-2
- DP-1
- DP-5
- DP-3
- DP-4

160. – dizaynerin obyekt üzərində detallarla iş planından ibarət olur cümləsini tamamlayın

- DP-2
- DP-3
- DP-5
- DP-4
- ✓ DP-1

161. Bir layihə çərçivəsində iki dizayn proqramını necə həyata keçirilə bilər?

- ✓ paralel və ardıcıl
- yalnız paralel
- daxili və xarici
- açıq və qapalı
- yalnız ardıcıl

162. Yaradılan obyektin dizayn – konsepsiya əsasında xarakteristikalarını və həyata keçirilən fəaliyyətin əsas subyektləri arasında kommunikasiya qaydalarını müəyyən edən nədir?

- obraz
- heç biri
- obyekt
- kommersiya
- ✓ proqram

163. Proqram, layihələndirmə üçün ilkin faza qismində çıxış edən nədir?

- ✓ dizayn
- modelləşdirmə
- layihələndirmə

- obyekt
- obraz

164. Dizayn – konsepsiyasının reallaşdırılması əməliyyatlarının əsas qruplarını əks etdirən nədir?

- √ proqram
- kommersiya
- obyekt
- heç biri
- obraz

165. Layihənin məqsədi və bu məqsədə nail olmağın üsullarını əsaslandırın nədir?

- √ dizayn konsepsiyası
- tipografiya
- proqram
- layihələndirmə
- optimal model

166. Materialların xüsusiyyətlərinin istifadə olunması ilə dizaynerə obyektinin funksiyasını daha adekvat ifadə etməyə imkan verən ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?

- √ materialşünaslıq
- sistemli
- texnoloji
- semiotik
- bədii

167. Estetik ifadəli, üzvi və effektiv layihələ üçün xarakterik olan harmonik xarici firma ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?

- √ bədii
- texnoloji
- semiotik
- materialşünaslıq
- sistemli

168. Dizayner hər hansı obyektinin işarəli sistemi ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?

- √ bədii
- texnoloji
- semiotik
- materialşünaslıq
- sistemli

169. Dizaynerin ümumi xarakterini nə müəyyən edir? I tələb II cəmiyyət III insan IV mədəniyyət

- √ I,II,III,IV
- II,III
- III,IV
- II,III,IV
- I, II

170. Dizaynda nəyə dizaynerin işlədiyi layihə və istehlakçının aldığı materiallarının məhsulun vəhdəti kimi baxılır?

- √ obyektə
- simmetrikiyə
- kompozisiya
- sistemə
- obraza

171. Yaradılan obyektin dizayn – konsepsiya əsasında xarakteristikalarını və həyata keçirilən fəaliyyətin əsas subyektləri arasında kommunikasiya qaydalarını müəyyən edən nədir?
- √ proqram
 - KİV
 - model
 - layihə
 - kompyuter
172. Proqram, layihələndirmə üçün ilkin faza qismində çıxış edən nədir?
- √ dizayn
 - obyekt
 - layihələndirmə
 - modelləşdirmə
 - obraz
173. Obyektin bütün məqamlarını, ilkin konseptual layihələndirmədən sonrakı funksionallığadək bütün cəhətlərini əhatə edən nədir?
- √ sistemli dizayn
 - layihələndirmə
 - modelləşdirmə
 - obraz
 - obyekt
174. Materialların xüsusiyyətlərinin istifadə olunması ilə dizaynerə obyektinin funksiyasını daha adekvat ifadə etməyə imkan verən ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?
- √ materialşünaslıq
 - sistemli
 - texnoloji
 - semiotik
 - bədii
175. Layihənin məqsədi və bu məqsədə nail olmağın üsullarını əsaslandıran nədir?
- √ dizayn konsepsiyası
 - proqram
 - tipografiya
 - layihələndirmə
 - optimal model
176. Estetik ifadəli, üzvi və effektiv layihələ üçün xarakterik olan harmonik xarici firma ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?
- √ bədii
 - texnoloji
 - semiotik
 - materialşünaslıq
 - sistemli
177. Dizaynerin ümumi xarakterini nə müəyyən edir? I tələb II cəmiyyət III insan IV mədəniyyət
- I, II
 - III, IV
 - II, III, IV
 - √ I, II, III, IV
 - II, III
178. Dizayner hər hansı obyektinin işarəli sistemi ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?

- √ bədii
- texnoloji
- semiotik
- materialşünaslıq
- sistemli

179. Dizaynda nəyə dizaynerin işlədiyi layihə və istehlakçının aldığı materiallarının məhsulun vəhdəti kimi baxılır?

- √ obyektə
- simmetrikiyə
- kompozisiya
- sistemə
- obraza

180. Dizayn – konsepsiyasının reallaşdırılması əməliyyatlarının əsas qruplarını əks etdirən nədir?

- √ proqram
- subyekt
- obyekt
- estetika
- obraz

181. Bir layihə çərçivəsində iki dizayn proqramını necə həyata keçirilə bilər?

- √ paralel və ardıcıl
- açıq və qapalı
- daxili və xarici
- yalnız paralel
- yalnız ardıcıl

182. – dizaynerin obyekt üzərində detallarla iş planından ibarət olur cümləsini tamamlayın

- √ DP-1
- DP-4
- DP-3
- DP-5
- DP-2

183. DP-1-in əsasında işlənir və layihəni ideal virtual mövcudluqdan maddi varlığa keçirilir cümləsini tamamlayın

- √ DP-2
- DP-3
- DP-5
- DP-6
- DP-4

184. Müştərinin arzularının layihədə hansı dərəcədə nəzərə alınması və potensial istehlakçı, qarşısında məhsulun hansı görkəmdə duracağı nədən asılıdır?

- √ dizaynerin peşakarlığından
- reklamdən
- layihələndirmədən
- modelləşdirmədən
- məhsulun keyfiyyətindən

185. dedikdə, layihənin müəllifi- dizayner və gələcək obyektin potensial istehlakçısı başa düşülür cümləni tamamlayın

- √ obyekt
- estetika
- obraz

- subyekt
- sistemli dizayn

186. Təcrübi olaraq istənilən fəaliyyətin təşkilini universal üsulu kimi çıxış edən nədir?

- √ sistemli dizayn
- estetika
 - obraz
 - subyekt
 - obyekt

187. Hər hansı bir sistemin həyat (yaşamaq) qabiliyyəti nədən asılıdır?

- √ onun strukturunun nə qədər funksional olmasından
- elementlərin kifayətliliyindən
 - nəşriyyat fəaliyyətinin düzgün həyata keçirilməsindən
 - düzgün layihələndirmədən
 - potensial istehlakçılardan

188. Hər hansı bir obyektə bütöv və vahid bir sistem kimi baxmaq nəyin əsas prinsiplərindən biridir?

- √ sistemli yanaşmanın
- konstruktivliyi
 - məntiqi dizaynın
 - obrazın
 - kompleksləşdirmənin

189. Sistemli dizaynın əsasında nə durur?

- məntiqi sistem
 - potensial istehlakçılar
 - nəşriyyat
- √ sistemli yanaşma
- inkişaf

190. Bunlardan hansı statik rəng hesab olunmur? I sarı yaşıl; II tünd qırmızı; III lili; IV bozumtul-mavi

- √ I, II
- I, III,
 - II, III
 - I, IV
 - III, IV

191. Yataq rənglərinə xas olan xüsusiyyət hansıdır?

- √ açıq rənglərdir
- təmir rəngləri söndürür
 - qıcıqlanmaları söndürür
 - məsafəni vurğulayır
 - təmiz rənglərdir

192. Çəhrayı rəngin əlamətləri hansıdır?

- √ istilik və rahatlıq
- iradəlilik, həyatsevərlik
 - hərəkəti vurğulayır
 - məsafəni vurğulayır
 - kontaklılıq və işıqlandırıcı

193. İsti qırmızı rəng necə təsir bağışlayır?

- √ oyadıcı
- sərt
- sarsıdıcı
- coşdurucu
- sakit

194. Rəngin psixi təsirləri nəyə səbəb olur?

- √ ürək döyüntülərinə
- beynin funksiyasını pozur
- təzyiqin dəyişməsinə səbəb olmur
- heç nəyə təsir etmir
- baş gicəllənməsinə

195. Çəhrayı rəng üçün xarakterikdir? I hissələri stimullaşdırır II qan dövranını sürətləndirir III yaxşı əhval-ruhiyyə yaradır

- √ I, II, III
- I, III
- I, II
- yalnız I
- II, III

196. Mavi rəng üçün xarakterikdir?

- √ antiseptikdir
- iltihaba mənfi təsir edir
- qan dövranını sürətləndirir
- dözümlülük təsiri bağışlayır
- beynə stimullaşdırıcı təsir edir

197. Bunlardan hansı yaşıl rəngə aid deyildir?

- √ narahatlığı aradan qaldırır
- qan təzyiqini artırır və tonusu azaldır
- qan təzyiqini azaldır və tonusu qaldırır
- yorğunluğu aradan qaldırır
- yuxusuzluğu aradan qaldırır

198. Rənglərin insanlara fiziki təsiri kimlər tərəfindən təsdiqlənib?

- √ fizioloq və psixoloqlar
- psixoloq və iqtisadçılar
- iqtisadçılar və fizioloqlar
- iqtisadçılar və sosioloqlar
- fizioloq və sosioloqlar

199. Sarı rəng hansı duyğuları aşılıyır?

- √ isti
- həssas
- sərt
- heç bir duyğu aşılmır
- soyuq

200. Əhval-ruhiyyə illustrasiyanın birbaşa təyinatından başqa necə yaradılır?

- √ çalarlarla
- illustrasiyadan başqa heç nə ilə
- kölgələrlə

- tonlarla
- effektlərlə

201. Başlıq və illustrasiya arasındakı rabitəyə Rele adını kim vermişdir?

- √ Bartes
- D. Lundun
- A. Yarus
- V. Höte
- C. Henri

202. Başlıq və illustrasiyanın birləşməsi nəticəsində əmələ gələn rabitənin adı nədir?

- √ Rell
- təsvir
- dizayn
- reqlament
- obraz

203. Başlıq və illustrasiyanın əhəmiyyəti hansı nisbətdədir?

- √ eyni dərəcədə
- illustrasiya üstünlük təşkil edir
- illustrasiya olmasa da olar
- başlıq olmasa da olar
- başlıq üstünlük təşkil edir

204. Başlıq və illustrasiyaya aid deyildir?

- √ mal haqqında informasiya daşınması və reklam obyektini nişanlaması
- reklam obyektini nişanlaması
- oxucunu obraza salma
- oxucuda əhval yaratma
- mal haqqında informasiya daşınması

205. Başlıq və illustrasiyanın xarakterik xüsusiyyətləri hansıdır?

- √ oxucunu obraza daxil edir və onda müsbət əhval yaradır
- oxucuda əhval yaradır
- oxucunu qıcıqlandırır
- oxucunu itirir
- oxucunu obraza daxil edir

206. Başlıq və illustrasiyanın məqsədi nədən ibarətdir?

- √ diqqəti cəlb etmək
- bir müddət reklam mətni üzərində saxlamaq
- alıcının dayandırmaq
- izah etmək
- diqqəti cəlb etmək və onu bu müddət reklam mətni üzərində saxlamaqdır

207. Bunlardan hansı başlıq vasitəsilə inandırmağa yönəldilmiş fəndlərdən hesab olunmur?

- √ qafiyə
- rifma
- paralellik və rifma
- paralellik və qafiyə
- paralellik, rifma, qafiyə

208. Bunlardan hansı başlıq vasitəsilə inandırmağa yönəldilmiş fəndlərdir?

- √ paralellik, rifma, qafiyə
- qafiyə
- paralellik və qafiyə
- paralellik və rifma
- rifma

209. Oxucunu başlıq vasitəsilə inandırmağa yönəldilmiş fəndlər hansıdır?

- sətir
- bənd
- √ söz oyunu, kontekst, metafora
- söz oyunu, metafoza
- metafoza, kontekst

210. Başlığın diqqəti cəlb etməsi üçün nə vacib hesab olunur?

- estetik qavrayışı
- etikası
- √ reklam müraciətinin dəqiq müəyyən edilmiş auditoriyaya ünvanlanması
- auditoriyanın tərkibi
- auditoriyanın səviyyəsi

211. Amerikan reklamçılarının fikrincə başlıq nədir?

- başlıq oxucuda həvəs yaradır
- onların fikrincə başlığın əhəmiyyəti yoxdur
- alıcının yalnız mövcud ehtiyacını ödəyir
- alıcının yalnız tələbini ödəyir
- √ alıcının mövcud ehtiyacını və ya istehlak tələbini ödəyir

212. Əsas mətn neçə hissədən ibarətdir?

- 6
- 7
- 5
- √ 3
- 4

213. Qəzetlərdə reklamın prinsipial modeli hansı struktur elementlərini nəzərdə tutur?

- əsas mətn, deviz, firma nişanı
- √ başlıq illustrasiya əsas mətn, deviz, firma nişanı
- başlıq, illustrasiya, əsas mətn olunur
- firma nişanı, illustrasiya başlıq
- firma nişanı, başlıq, əsas mətn

214. Bəzən bir reklam çərçivəsində hansı firma nişanına rast gəlinir?

- istehsalçıya
- istehlakçı və istehsalçıya
- istehlakçıya
- √ istehlakçı və firmaya
- firmaya

215. Oxucunun diqqətinə hakim kəsilməyin inanılmaz vasitəsi nədir?

- mən gözələm
- √ maddi mənfəət alacaqlarına çağırış
- məşurlaşmalarına inandırmaq

- keyfiyyətlik
- cəlb etmək

216. Yeni reklam istiqaməti hansı avtomobillərin reklamından tanınır?

- Mitsubishi
- ✓ Volkswagen
- Nisan
- Mercedes
- BMV

217. Yeni reklam istiqamətinin banisi kim olmuşdur?

- A. Petrov
- ✓ Pol Rend
- R. Bartes
- V. Mayt
- Y. Petti

218. Bu istiqamətlərdən hansı keçən əsrin 50-60-cı illərinə təsadüf edir?

- heç biri
- ✓ «Yeni reklam» istiqaməti
- «Köhnə reklam» istiqaməti
- yeni və köhnə
- ilkin reklam istiqaməti

219. Başlıq və illustrasiyanın funksional vəhdəti inkişaf etmiş ölkələrin reklamında nə vaxt yaranmışdır?

- keçən əsrin 80-cı illərində
- ✓ keçən əsrin 50-60-cı illərində
- keçən əsrin 30-40-cı illərində
- keçən əsrin 90-cı illərində
- keçən əsrin 60-70-cı illərində

220. Başlıq və illustrasiyanın əsas cəhəti nədir?

- oxucunun diqqətini cəlb edir
- reklamın keyfiyyətinə mənfi təsir edir
- ✓ oxucuya mane olur
- dayanıqsız marağa səbəb olur
- reklamda heç bir əhəmiyyət kəsb edir

221. Reklam növünün xarakterik xüsusiyyəti nədir?

- xassələri öyrənir
- funksional dəyər yaradır
- reklamın davam etmə müddəti
- funksional təyinata malikdir
- ✓ funksional

222. Reklamda qarşılıqlı münasibətlərin dinamikası nə ilə müəyyən olunur?

- reklamın müddəti ilə
- reklamın keyfiyyəti ilə
- ✓ reklamın növü ilə
- reklamın tipi ilə
- reklamın məzmunu ilə

223. Dizayn işində reklam müraciətlərinin istiqamətləri hansılardır?

- alternativ
- funksional yönlülük
- √ verbal və vizual
- verbal
- vizual

224. Dizayner bütün elementləri və kompleksləri müəyyən əlaqələrə uyğun təşkil edən zaman kompozisiyanın hansı vasitələrindən istifadə olunur?

- √ harmonikləşdirmə
- sadələşdirmə
- mürəkkəbləşdirmə
- modelləşdirmə
- bədii

225. Reklamın obyektinin struktur vəhdəti nədə ifadə olunur?

- √ kompozisiyada
- kommunikasiyada
- obrazda
- obyektə
- kompazisiyada

226. Konsepsiyanın nəşrin strukturu və kompozisiyanın təhlili əsasında tərtib olunması hansı halda doğrudur?

- metodikalar eynidir
- nəşr olunan obyekt çoxsaylı nömrələrdən ibarətdir
- √ nəşr artıq mövcuddur
- müəyyən auditoriya vardır
- dizayn-sistem mövcuddur

227. Təxmini rəqəm nisbəti 5:3 ibarət nəzəriyyəyə əsaslanan hansı nisbətlər üsülü XIX əsrdə geniş tətbiq edilirdi?

- «Modulor»;
- Modul sistemi;
- Həndəsi nisbətlər sistemi;
- Nisbətlərin uyğunluq üsulu;
- √ «Qızıl nisbət»;

228. Dizayn obyektinin keyfiyyət xüsusiyyətlərindən biri və kompozisiyanın insan və ətraf mühit ölçüləri arasında mühüm nisbət vasitəsi adlanır.

- √ Əhatəlilik (mütənasiblik);
- Üç ölçülük;
- Harmonizasiya;
- Tarazlıq;
- Simmetrililik;

229. Cizgi üzərində təsvir edilən xətt parçası ilə naturada mövcud olan xəttin arasında yaranan nisbət necə adlanır?

- √ Miqyas;
- Tektonika;
- Nyüans;
- Qızıl bölgü;
- Eynilik;

230. Dizayn formasının əsasən iki ölçü (en və hündürlük) əsasında inkişafı hansı xüsusiyyətin əldə edilməsinə səbəb olur?

- Plastiklik;

- Həndəsəlik;
- Həcmlik;
- ✓ Səthilik;
- Sabitlik;

231. Kompozisiyada elementin üç (hündürlük, en, dərinlik) ölçüdə inkişafı yaranmasına səbəb olur.

- Simmetrik quruluşun;
- Assimetrik quruluşun;
- Frontal kompozisiyanın;
- ✓ Həcmi kompozisiyanın;
- Dinamik kompozisiyanın;

232. Dizayn kompozisiyasında ritmin dayandırılması, onun cərgəsinin arasıkəsilməz ardıcılığının pozulması üsulundan hansı məqsədlə istifadə edilir?

- ✓ Monotonluğun ləğv edilməsi;
- Nyuans təsüratının yaradılması;
- Assimetriyanın aradan götürülməsi;
- Simmetriyanın əldə edilməsi;
- Simmetriyanın ləğv edilməsi;

233. Kompozisiyada fərqli xüsusiyyətlərin daha çox üstünlük təşkil etməsi adlanır.

- ✓ Təzad;
- Vəhdət;
- Optik illüziyalar;
- Metr;
- Eynilik;

234. Oxşar cəhətlər fərqli cəhətlərdən daha güclü təzahür edən kompozisiya ifadəsi adlanır.

- Ritm;
- Plastika;
- ✓ Nüans;
- Assimetriya;
- Təzad;

235. Dizayn reklamında dinamik qanununa uyğunluğunu ifadə edən fərqli elementlər sırasının xüsusiyyətlərinin ardıcıl dəyişməsi adlanır.

- Statika;
- Plastika;
- Nyuans;
- Metr;
- ✓ Ritm;

236. Dizayn kompozisiyasında bərabər ölçülərin təkrarlanması nəticəsində yaranan ifadəlik vasitəsi adlanır.

- ✓ Metr;
- Ritm;
- Asimetriya;
- Simmetriya;
- Dinamika;

237. Kompozisiyanın hansı ifadəlik vasitəsi hissələrin tarazlığı zamanı sabitlik, bitkinlik təsüratı yaradır?

- ✓ Simmetriya;
- Asimetriya;
- Təzad;

- Dinamika;
 - Ritm;
- 238.** Dizaynda bir neçə müxtəlif xüsusiyyətlər birgə fəaliyyətdə olaraq hansı sistem dəyişmə qabiliyyətinə malikdir?
- Metrik;
 - Ritmik;
 - Simmetrik;
 - √ Assimetrik;
 - Dissemetrik;
- 239.** Kompozisiyanın kulminasiya nöqtəsini qeyd edir
- √ Bir neçə oxların kəsişməsi;
 - Statik həll;
 - Dinamik həll;
 - Metrik təkrar;
 - Ritmək yerləşmə;
- 240.** Assimetriya ... deməkdir.
- Hissələrin oxa qarşı bərabər yerləşməsi;
 - √ Simmetriyanın qeyri-mövcudluğu;
 - Hissələrin metrik yerləşməsi;
 - Hissələrlə pozulmuş simmetriya;
 - Dissimetriya;
- 241.** Bu xüsusiyyətlərin hansıları kompozisiyanın iki mühüm xüsusiyyətlərindəndir?
- √ Üslub vəhdəti və forma bitkinliyi;
 - Üslub müxtəlifliyi və forma gözəlliyi;
 - İqlim və funksional şəraitlərin uyğunluğu;
 - İqlim və funksional şəraitlərin uyğunluğu;
 - Texniki vasitələrlə inşaat materiallarının vəhdəti;
- 242.** Dizayn reklamında kompozisiyanın istiqamətlənməsi hansı ifadəlik vasitəsi ilə ifadə edilir?
- Ritm;
 - Təzad;
 - Statika;
 - √ Dinamika;
 - Metr;
- 243.** Assimetrik kompozisiyanı birləşdirən əsas ifadəlik vasitəsi hansıdır?
- Oxşarlıq;
 - Dissemetrik yerləşməsi;
 - √ Hissələrin tabeçiliyi;
 - Eynilik;
 - Metrik təkrar;
- 244.** Canlı təbiətdə geniş yayılan və kompozisiyada bədii - ifadəlik vasitələri kimi tətbiq edilən simmetriyanın qismən pozulmuş növü necə adlanır?
- Funksiya;
 - Eynilik və oxşarlıq;
 - Assimetriya;
 - √ Dissemetriya;
 - Harmonizasiya;

245. Simmetriyanın ən geniş yayılmış növü hansıdır?

- Mərkəzi ox simmetriyası;
- Vintvari simmetriya;
- Diaqonala qarşı simmetriya;
- ✓ Güzgü simmetriyası;
- Kor-təbii simmetriya;

246. Dizaynda kompozisiya ahəngdarlığı hansı vasitələrlə əldə edilir?

- Tabeçilik və təzad vasitələri ilə;
- ✓ Kompozisiyanın ifadəlik vasitələri ilə;
- Oxşarlıq və eynilik qanunları ilə;
- Elementlərin müxtəlifliyi;
- Vəhdətin pozulması ilə;

247. Nəşrin strukturu və kompozisiyanın təhlili əsasında tərtib olunan nədir?

- ✓ konsepsiya
- kompazisiya
- obyekt
- obraz
- kommunikasiya

248. Sistemləşdirmə necə xarakter daşıyır?

- daxili və xarici
- qapalı
- ancaq daxili
- ✓ ancaq xarici
- açıq

249. Qəzet və jurnal dizaynında sistemli dizaynın predmeti nədən ibarətdir?

- tematik vahidlərdən
- konstruksiyadan
- ✓ nəşrin bütöv strukturlaşmış modelindən
- modelləşdirmədən
- onların tərtibatından

250. Əvvəlcədən işlənmiş sxem əsasında düzüm haqqında ilk dəfə kimin kitabında məlumat verilir?

- A. Zavinskiy
- A. Rodçenko
- V. Muxuna
- ✓ F.M. Kerjentsev
- V. Tatlin

251. Keçən əsrin 20-ci illərində dövrü nəşrlərin tərtibatı neçə təşkilədicidən əmələ gəlirdi?

- 3
- 6
- 5
- ✓ 2
- 4

252. Reklamda mühüm rol oynayan təsvirin uyğunluğu nədir?

- ✓ onun dərk olunmasının sadəliyi

- onun perspektivliyi
- onun qırıqlığı
- onun vacibliyi
- onun dərk olunmasının mürəkkəbliyi

253. Reklamın hər hansı bir müəssisəsinin verdiyi məlumata əsasən istehsalda düzəlişlər verilməsi fəaliyyəti necə qiymətləndirilir?

- √ firmanın imicinin yüksəldilməsi
- firma nişanını tələb edir
- müəssisənin məcmunu genişləndirilməsi
- bunlardan hes biri
- firmanın imicini aşağı salır

254. Stabil reklam layihəsini işləməyə manne olan hansı amillərdir?

- √ marketinq tədqiqatının 1 dəfə aparılması
- 5
- 6
- 7
- 2

255. Reklam agentliklərinin işinin əsasını nələr təşkil edir?

- √ sənayecə inkişaf etmiş müəssisələrin çoxluğu
- müəssisələrin tələbinin öyrənilməsi
- firmanın strukturunun təkmilləşməsi
- bunlardan heç biri
- əhalinin tələbinin formalaşması

256. Korrektiv model nəyə istiqamətlənir?

- √ obyektin uzunmüddətli istifadəsinə daxili ehtiyatlar bazarında daim təkmilləşməsinə
- obyektin subyektə görə formalaşması
- modelin ümumi modelə uyğunlaşması
- bunlardan heç biri deyil
- subyektin uyğunlaşması

257. Qəzetin şəhər dərəcəsiindən ümumdövlət qəzetinə çevrilməsində ona təsir edən amillər?

- √ mətbuat bazarının dinamik inkişafı struktur xarakteristikasının dəyişdirilməsi, oxucuların yeni qrupunun cəlb edilməsi
- keçid dövrü
- əhalidə oxumağa həvəsin sönməsi
- iqtisadi faktor
- bazarda oxucu tələbinin azalması

258. Mövcud startegiyanın dəyişməsinə təsir edən amillər hansılardır?

- √ dizayner bacarığı, səyi və daha çox dünyagörüşü
- kompozisiya variantları
- ilkin layihədə buraxılmış rəhbər
- dizaynerin bacarıqsızlığı
- konstruktor elementləri

259. Reklamın miqdarca artımı mərhələsində yəni müştəri uğrunda mübarizədə rolu nədən ibarətdir?

- √ qanun çərçivəsində həllindən
- vergi təşkilatı tərəfindən
- iqtisadi səviyyədə
- müəssisə səviyyəsində
- nazirlik səviyyəsində

260. Tərbiyə prosesində reklamçının vəzifəsi nədən ibarətdir?

- √ onu mənəvi məsuliyyəti, etikası
- ayrı reklama yol vermir
- estetik zövqü inkişaf etdirir
- psixoloji cəhətdən hazırdır
- şəxsiyyəti formalaşdırır

261. Reklam auditoriyasında kimlərə üstünlük verilir?

- √ yeniyetmələr və uşaqlar
- ahıllar
- qadınlar
- kişilər
- yetkinlər

262. Reklam fəal olduqda öz sifarişçilərinə necə təsir göstərir?

- √ tələbi formalaşdırır
- sifarişçilərin sifarişini dəqiqləşdirməyi tələb edir
- daimi tələbi əsas götürür
- proqnoz tələbi
- sifarişçiləri özünə cəlb edir

263. Reklamın auditoriyada çalışdığı və öz dəyərlərini və tələbini formalaşdıqda bir halda reklam necə əks olunur?

- √ aktiv
- passiv-aktiv
- mənfi
- müsbət
- passiv

264. Reklam auditoriyada nə üçün öz dəyərlərini qəbul etməyə çalışır?

- √ tələblər formalaşdırılır, köhnə dəyərlərə səsəyir
- köhnə dəyərlər nəzərə alınmır
- yeni tələblər formalaşdırılır
- yeni dəyərlərə üstünlük verilir
- təklif formalaşdırılır

265. İstehlak malının xarakteristikasının müəyyənləşdirilməsində reklamın özünə hansı təsirlər olur?

- √ reklam məzmunu və formasını dəyişdirir
- adını
- məzmununu
- funksiyasını
- strukturunu

266. İstehlak malının görkəmini və məzmununu kimlər müəyyən edir?

- √ psixoloq və sosioloqlar
- texnoloqlar
- kommersantlar
- əmtəəşünaslar
- iqtisadçılar

267. Hansı dizayn növündə layihə obrazının formalaşması perspektiv ünvanlaşmışdır?

- √ sistemli dizayn

- sənaye dizayn
- obyektiv dizayn
- heç biri
- subyektiv dizayn

268. Yeni obyektin strukturu və funksiyasını izləyən zaman proektiv modelin istifadə olunması hansı modelin tiplərinə aiddir?

- √ konstruktor
- keçid
- iqtisadi
- siyasi
- analitik

269. Sosium modelinin fəaliyyətinin əsas cəhətləri hansılardır?

- √ analitik, konstruktorluq, bədiilik
- yoxdur
- yalnız analitik
- yalnız bədiilik
- bazarda malın irəliləməsinə təkan vermək

270. Sistemli dizaynda layihə dozasının formalaşması nəyə ünvanlanmışdır?

- √ perspektivə
- modelə
- dəbə
- istehsala
- imicə

271. Sistemli dizayn subyektiv fəaliyyətinin konstruktorluq aspekti aşağıdakılardan hansı ilə əlaqədardır?

- √ obyektin quruluşu ilə
- dizaynerin işi ilə
- obyektin məzmunu ilə
- obyektin funksiyası ilə
- obyektin hədəf yönümlülüyü ilə

272. Sistemli dizayn subyektiv fəaliyyətinin hansı modeli obyektin hədəf yönümlülüyü ilə bağlıdır?

- √ analitik model
- konstruktor modeli
- sosium modeli
- iqtisadi model
- keçid modeli

273. Sistemli dizayn subyektiv fəaliyyətinin hansı aspekti obyektin quruluşu ilə əlaqədardır?

- dizayn aspekti
- obyektiv aspekti
- sistemli yanaşma aspekti
- kommersiya aspekti
- √ konstruktorluq aspekti

274. Sistemli dizayn subyektiv fəaliyyətinin analitik modeli nə ilə bağlıdır?

- √ obyektin hədəf yönümlülüyü ilə
- iqtisadi-sosial amillərlə
- məhsulun ölçüləri ilə
- məhsulun görünüşü ilə
- obyektin quruluşu ilə

275. Reklam agentliklərinin miqdarının fasiləsiz olaraq artması, sifarişçi axının güclənməsi nəyə təsir göstərir?
- √ marketing tədqiqatlarının genişlənməsinə
 - modellərdən istifadədən imtinaya
 - müəssisənin iqtisadi səmərəliliyinə
 - məhsulun bazarda hərəkətinə
 - analitik modelin istifadəsinin genişlənməsinə
276. Marketing tədqiqatlarının zəruriliyi haqqında reklam üzrə IV Beynəlxalq konqress neçənci ildə təşkil olunmuşdur?
- √ 1994
 - 1960
 - 1989
 - 2001
 - 1950
277. Konstruktor modelinin birinci tipinə aşağıdakılardan hansı aiddir? 1. firma stilinin izlənməsi tapşırığı; 2. yeni yaranmış müəssisənin reklam strategiyası; 3. əvvəlki reklam fəaliyyətindən imtina edən firmaların işinin yenidən qurulması.
- √ hamısı
 - 3.1
 - heç biri
 - yalnız 1
 - 1.2
278. Konstruktor modelinin əsasını nə təşkil edir?
- √ gələcək reklam məhsullarının ideal strukturu haqqında təsəvvürlər
 - struktur elementləri
 - obyektin quruluşu
 - iqtisadi situasiyada dəyişikliklər
 - auditoriyanın xarakteristikası
279. Konstruktor modeli nəyə xidmət edir?
- √ əsas struktur elementləri təyin edir
 - konstruktor modelinin tiplərini təyin edir
 - firmanın stilinə təsir edir
 - düzgün cavab yoxdur
 - dizaynerin işinin istiqamətini müəyyənləşdirir
280. Hansı model obyektə yeni keyfiyyətlər verilməsi vasitəsilə onun istifadə sferasının genişləndirilməsinə istiqamətlənir?
- √ keçid modeli
 - iqtisadi model
 - analitik model
 - solum modeli
 - konstruktor modeli
281. Hansı dizayn növündə layihə obrazının formalaşması perspektiv ünvanlaşmışdır?
- √ sistemli dizayn
 - sənaye dizayn
 - obyektiv dizayn
 - heç biri
 - subyektiv dizayn
282. Gələcək reklam məhsullarının ideal strukturu haqqında təsəvvürlərin təşkili, onun funksiyaları və auditoriyanın xarakteristikalarından asılı olaraq konstruksiyanın formalaşması hansı modeldə öz ifadəsini tapır?

- √ konstruktor modeli
- solum modeli
- analitik model
- iqtisadi model
- kecid modeli

283. Dizaynerin yaratdığı obyektin görkəmi və ya funksionallığına təsir göstərən amillər hansılardır? 1. obyektin yaradılma səbəbi; 2. istehsal üsulu; 3. mövcud olma müddəti; 4. insanla qarşılıqlı təsirləri.

- √ hamısı
- 1,3,4
- 1,2,3
- 1 və 4
- heç biri

284. Dəbdə olan modellər yeni xüsusiyyətlər əldə etdikdə tələb hansı istiqamətə yönəlir?

- √ tələblə eyni istiqamətə
- iqtisadi sferaya
- sosial sferaya
- düzgün cavab yoxdur
- təkliflə eyni istiqamətdə

285. Reklamda subyektivliyin fəaliyyətində analitik cəhət nə ilə bağlıdır?

- √ sifarişçinin məhsulunun marketinq tədqiqatları ilə
- analitik model ilə
- məhsulun gözəl estetik görünüşə malik olması ilə
- məhsulun gözəl estetik görünüşə malik olması ilə
- məhsulun bazarda hərəkəti ilə

286. Layihənin məqsədi və bu məqsədə nail olmağın üsullarını əsaslandıran nədir?

- √ dizayn konsepsiyası
- layihələndirmə
- tipografiya
- proqram
- optimal model

287. Materialların xüsusiyyətlərinin istifadə olunması ilə dizaynerə obyektinin funksiyasını daha adekvat ifadə etməyə imkan verən ənənəvi dizaynın hansı vasitəsidir?

- √ materialşünaslıq
- sistemli
- semiotik
- heç biri
- bədii

288. Müştərinin arzularının layihədə hansı dərəcədə nəzərə alınması və potensial istehlakçı, qarşısında məhsulun hansı görkəmdə duracağı nədən asılıdır?

- √ dizaynerin peşakarlığından
- reklamdan
- layihələndirmədən
- modelləşdirmədən
- məhsulun keyfiyyətindən

289. Solum modelində subyekt qismində kimlər çıxış edir?

- √ yaradıcılıq qruppu, ayrıca dizayner, reklam agentliyi
- yaradıcılıq qrupu, iqtisadçı alim, sosioloq
- reklam agentliyi və kommersiya bankı
- yalnız reklam agentliyi
- yalnız yaradıcılıq qrupu

290. Reklamın görkəmi (formas) və məzmununa nə təsir göstərir?

- √ cəmiyyətin psixoloji parametri, təhsil səviyyəsi
- iqtisadi siyasi hadisələr
- tələb və təklif qanunu
- alıcı tələbatı
- iqtisadi inkişaf

291. Reklam nəyə xidmət edir?

- √ malın bazarda irəliləməsinə
- tələb və təklifin razılaşmasına
- istehsalçı zövqünün formalaşmasına
- bazar münasibətlərinin genişlənməsinə
- məhsul haqqında informasiyanın əldə edilməsinə

292. Reklam fəaliyyəti sferasını nə tənzimləyir?

- √ qanunvericilik
- resipient
- satıcı
- istehlakçı
- müəssisə rəhbəri

293. Müasir və mürəkkəb dizaynli orijinalların çap formasının hazırlanması və sonra da tirajlanması üçün nəyin olması zəruridir?

- √ müvafiq avadanlıq və peşə vərdişlərinin
- dizayn
- yalnız müvafiq avadanlıqların
- yalnız peşə vərdişlərinin
- reklamın

294. Materialda obrazlı görmənin möhkəmləndirilməsi üsulunu nə formalaşdırır?

- √ mədəni ənənələr və müasir tendensiyalar
- təhsil səviyyəsi
- dizayn
- reklam
- istehlakçı psixologiyası

295. Mədəni ənənələr və müasir tendensiyalar nəyi formalaşdırır?

- √ dizaynda vizual formalarda dərkətmənin xarakterini və materialda obrazlı görmənin möhkəmləndirilməsi üsulunu
- auditoriyanın zövq və stereotiplərinin inkişafının
- cəmiyyətin təhsil səviyyəsinin artımını
- dizayn sisteminin inkişafını
- müasir dizaynli orijinalların çap formasının hazırlanmasını

296. Kommersiya banklarında gözlənilməz dəyişiklik baş verən zaman onlar nəyə məcbur olurlar?

- √ reklam strategiyalarını hüquqi şəxslərdən fərdi əmanətçilərə yönəltməyə
- profillərini dəyişməyə
- solum modelindən istifadə etməyə
- konstruktör modelindən istifadə olunmasından imtina etməyə

- reklam agentlikləri ilə əlaqəni kəsməyə

297. Keçid modeli nəyə istiqamətlənir?

- ✓ obyektdə yeni keyfiyyətlər verilməsi vasitəsilə onun istifadə sferasının genişləndirilməsinə
- firmaların işinin yenidən qurulmasına
- yeni yaranmış müəssisələrin reklam strategiyasının müəyyənləşməsinə
- obyektin strukturunun və funksiyasının izlənməsinə
- reklam vasitələrindəki təbliğatı operativ dəyişməyə

298. İstehlakçı cəmiyyətini nə tərbiyə edir?

- tələb
- estetik zövq
- estetik hiss
- ✓ reklam
- təklif

299. İqtisadi situasiyada gözlənilməz dəyişiklik baş verən zaman reklam agentlikləri nəyə məcbur olur?

- ✓ reklam vasitələrində bağlanmış təbliğatı operativ dəyişməyə
- obyektdə yeni keyfiyyətlər verməyə
- konstruktor modelindən istifadə etməyə
- dizaynerləri dəyişməyə
- kommersiya bankları ilə razılaşmaya

300. Hansı modeldə subyekt kimi reklam agentliyi, yaradıcılıq qruppu ayrıca dizayner çıxış edir?

- ✓ solum
- analitik model
- sənaye modeli
- konstruktor modeli
- bazar iqtisadiyyatı

301. Dizaynda vizual formalarda dərkətmənin xarakterini nə formalaşdırır?

- ✓ mədəni ənənələr və müasir tendensiyalar
- təhsil səviyyəsi
- estetik hiss
- konstruktor modeli
- cəmiyyətin psixoloji parametrləri

302. Dizayn sisteminin hansı modeli verilmiş obyektin mürəkkəb quruluşunu aydın təsvir etməyə, bütövlüyün çərçivəsində hər bir altsistemin həyat qabiliyyətini təyin edən zəruri və kifayətedici komponentləri seçməyə və onun dinamikasının izləməyə imkan verir?

- ✓ solum modeli
- sistemli model
- sənaye modeli
- analitik model
- konstruktor modeli

303. Reklam dizaynının təkamül yolunu nələr müəyyənləşdirir?

- ✓ ticarət sənaye təyinatlı reklamdən istehlakçıyadək rubrikalı reklam
- rubrikalı reklam
- istehlak reklamı
- birbaşa soluma ünvanlama
- ticarət-sənaye təyinatlı reklam

304. Müəssisələrin qısa müddət ərzində artımı nəyin artmasında əksini tapır?

- √ reklam agentliklərinin artımı
- təşkilatların artımında
- firma nişanlarının artımında
- heç nəyin artmasından asılı deyildir
- firmaların artımında

305. Reklam vasitələrinin fəaliyyətini yaşadan nədir?

- √ fəaliyyət mərhələləri, hər gün yeni-yeni müstəvilərin qəbulu
- müəssisə və təşkilatlar
- təşkilatlar
- müəssisə
- firmanın ovu

306. İstehlak bazarının əsas böyümə sərhədini nələr müəyyənləşdirir?

- √ müəssisələr, təşkilatlar, firmalar
- firmalar və təşkilatlar
- yalnız firmalar
- yalnız müəssisələr
- yalnız təşkilatlar

307. Azərbaycanın istehlak bazarın özünəməxsusluğunu müəyyən edən amillər nədir?

- √ dinamikliyi
- funksionallığı
- sistemlilik
- həcmilik
- passivliyi

308. Bazar sisteminin inkişafında əsas rolu kim oynayır?

- √ iqtisadçılar
- kimyaçılar
- fiziklər
- polifoloqlar
- psixoloqlar

309. Bazar subyektlərinin fəaliyyəti nələrin köməkliyi ilə öyrənilir?

- √ reklam vericilərinin
- reklam subyektlərinin
- reklam təşkilatçısının
- dizaynerlərin
- reklam obyektlərinin

310. Auditoriyanın zövq və stereotiplərini nə formalaşdırır?

- √ mədəni ənənələr və müasir tendensiyalar
- istehlakçı mədəniyyəti
- reklam
- dizayn
- istehlakçı zövqü

311. Alıcı tələbatını nə formalaşdırır?

- təklif
- estetik hiss
- √ reklam

- tələb
- estetik zövq

312. Sösium modeli nəyə imkan verir?

- √ verilmiş obyektin mürəkkəb quruluşunu aydın təsəvvür etməyə
- əmək məhsuldarlığını yüksəltməyə
- müəssisənin iqtisadi inkişafının sürətlənməsinə
- istehlakçı zövqünün formalaşmasına
- texnika və texnologiyadan az istifadə etməyə

313. Reklam nəyi formalaşdırır?

- tələb və təklifi
- istehlakçı zövqünü
- √ alıcı tələbatını
- təklifi
- malın funksiyalarını

314. Müasir cəmiyyətdə reklamın iqtisadi vəzifəsi nədən ibarətdir?

- mal dövriyyəsinin inkişaf etdirilməsi
- ticarət sahəsindən səmərəli istifadə etdirilməsi
- işçilərdən səmərəli istifadə
- √ qurğu kimi onun əks etdirilməsindən
- tədavül xərclərinin inkişaf etdirilməsi

315. Reklam məhsulunun təhlil edilməsi nələrdən ibarətdir?

- √ bazar konyukturunun inkişafını izləmək və prioritet sahələrin müəyyən etməklə
- tələbin prqnozlaşdırılması
- nisbi tələbin dəqiqləşdirilməsi
- alternativ tələbin qeydə alınması
- tələbin öyrənilməsi

316. Kommersiya reklamının əsası nədir?

- √ onun mövcudluq mənbəyi, fəaliyyət sferası və iqtisadiyyatıdır
- formalaşması
- zövqün inkişaf etdirilməsi
- tərbiyə edilməsi
- əhalini maraqlandırılması

317. Bunlardan hansı reklamda daha çox konkretliyə malikdir?

- təsvir
- √ mətn
- illiustrasiya
- resipient
- şəkillər

318. Çap reklamında materialların verilməsinin əsas vasitəsi nədir?

- illustrasiyalar
- √ təsvir
- təsvir və şəkillər
- şəkillər
- təsvir və illustrasiyalar

319. Reklam obyektinin obrazının yaradılmasında əsas vasitə nədir?

- resipient və illiustrasiyalar
- illiustrasiyalar
- təsvir və illiustrasiyalar
- ✓ təsvir
- resipient

320. Təsvirin verdiyi informasiya üçün nə xarakterikdir?

- ✓ çox mənalılıq, böyük emosional yük, əhval ruhiyyəni tez yaratmaq
- çox mənalılıq və əhval ruhiyyəni tez yaratmaq
- böyük emosional yük və çox mənalılıq
- əhval ruhiyyəni tez yaratma və böyük emosional yük
- emosional yük

321. Resipientin özəlliyi nədən ibarətdir?

- ✓ az səy və vaxt sərf edərək illustrasiyanı qavrayır
- çox səy və vaxt sərf edərək illustrasiyanı qavramır
- illustrasiyanın qavranılmasında heç bir əhəmiyyət kəsb etmir
- pesiment zəif olur
- pesiment gücü olub

322. Qəzetlərdə reklamın prinsipial modeli hansı struktur elementlərindən ibarətdir?

- ✓ başlıq, illustrasiya, əsas mətn, deviz, firma nişanı, ünvan məlumatları
- firma nişanı və ünvan məlumatları
- deviz, loqotip, ünvan məlumatları
- əsas mətn, informativ hissə, loqotip, təsvir, xarici nişanlar
- başlıq, illustrasiya, deviz, firma nişanı

323. Reklamda əsas mətnin funksional hissələrini göstərin

- ✓ poetik, informativ, direktiv
- heç biri
- yalnız informativ
- əqli və direktiv
- interaktiv və poetik

324. Qəzet reklamında əsas funksional olaraq neçə hissəyə bölünür?

- 5
- 6
- ✓ 3
- 2
- 4

325. Nəyə uyğun olaraq reklam müraciətinin əsas mətni potensial istehlakçıda malı almağa həvəs doğrutmalı onu konkret hərəkətlərə zövq etməlidir?

- əsas mətnə
- təsvirə
- ✓ D. Lundun düsturuna
- qəzetin qiymətinə
- devizə

326. Bunlardan hansı müəssisənin qrafik simvollarıdır?

- eskiz
- marka

- loqotip
- firma nişanı
- ✓ firma nişanı və loqotip

327. Doktor Maytik dərman preparatlarının reklam lövhəsində hansı deviz verilmişdir?

- ✓ «sakitlik və inam»
- «inam»
- «sakitlik»
- «səssizlik və etibar»
- «etibar»

328. Firma stilinin ayrılması elementi kimi Deviz hansı halda dəyişir?

- ✓ reklam strategiyası kardinal olaraq dəyişdikdə
- reklam strategiyası dəyişmədikdə
- tələbdən asılı olaraq dəyişir
- alıcının qərarı heç bir əhəmiyyət kəsb etmir
- alıcının qərar verməsi ilə

329. Deviz nədə rol oynayır?

- alıcının qərar qəbul etməsinə mane olur
- funksional hissələrdən biri kimi çıxış edir
- ✓ alıcının qərar verməsində və hərəkətə keçməsində
- alıcının hərəkətə keçməsində
- alıcının qərar verməsində

330. Hansı funksional hissə müraciətin fikir mərkəzi hesab olunur?

- ✓ informativ
- heç biri
- əsas mətn
- informativ və poetik
- poetik

331. Əsas mətnin hansı funksional hissəsində birbaşa reklam obyektini göstərilir?

- ✓ «informativ» hissəsində
- reklam obyektini ümumiyyətlə qeyd olunmur
- əsas mətnə
- «poetik və informativ»
- «poetik»

332. Poetik adlandırılan hissədə nələr əvvəlcədən inkişaf etdirilir?

- motivlər
- obrazlı xətt
- ✓ obrazlı xətt, ideya
- obrazlı xətt, ideya, motivlər
- ideya və motivlər

333. Əsas mətnin poetik adlandırılan hissəsinin xüsusiyyəti nədir?

- burada vizual və verbalın kəsində söz gedə bilməz
- oxucunun intellekt səviyyəsindən
- ✓ oxucunun hissetmə sistemlərini gələcək işə kökləmək
- dərk etmə kanalını vizualdan verbala keçirmək
- oxucunun hissetmə sistemlərini işə yükləmək və dərk etmə kanalını vizualdan verbala keçirmək

334. Əsas mətn funksional olaraq neçə hissəyə bölünür?

- 4
- 6
- ✓ 3
- 5
- 2

335. Reklam obyektinin adı çəkilən zaman nələr vurğulanır?

- ✓ obyektin xassəsi, keyfiyyəti
- və ya heç biri
- obyektin kəmiyyəti
- obyektin keyfiyyəti
- obyektin xassəsi

336. İlk dəfə harada reklam obyektinin adı çəkilir?

- ✓ mətndə
- təsvirdə
- obrazda
- elementdə
- şəkildə

337. Mətn üçün xarakterikdir:

- ✓ başlığın obrazını formalayır
- şəkillərin obrazını tamamlayır
- təsvirin obrazını tamamlayır
- başlıq və illüstrasiyanın obrazını tamamlayır C) illüstrasiyanın obrazını tamamlayır
- başlıq və illüstrasiyanın obrazını tamamlayır

338. Hansı düstur reklam müraciətinin əsas mətninin potensial istehlakçıda malı almağa həvəs yaratmalıdır?

- ✓ D. Lundun
- A. Yarus
- M. Penfildin
- V.Höte
- C.Henri

339. Əhval-ruhiyyə illüstrasiyanın birbaşa təyintindən başqa necə yaradılır?

- kölgələrlə
- illüstrasiyadan başqa heç nə ilə
- effektlərlə
- ✓ çalarlarla
- tonlarla

340. Başlıq və illüstrasiya arasındakı rabitəyə Rele adını kim vermişdir?

- ✓ Bartes
- D. Lundun
- A. Yarus
- V. Höte
- C.Henri

341. Başlıq və illüstrasiyanın birləşməsi nəticəsində əmələ gələn rabitənin adı nədir?

- ✓ Rell
- reqlament

- dizayn
- təsvir
- obraz

342. Başlıq və illustarsiyanın əhəmiyyəti hansı nisbətdədir?

- ✓ eyni dərəcədə
- illustrasiya üstünlük təşkil edir
- illustrasiya olmasa da olar
- başlıq olmasa da olar
- başlıq üstünlük təşkil edir

343. V. Maytın reklamında bütün sahənin illustrasiyanın tutması nəyə xidmət edir?

- ✓ reklamın fonu kimi
- reklamın keyfiyyəti kimi
- reklamın həcmi kimi
- reklamın obrazının keyfiyyətinə
- reklamın məzmunu kimi

344. V. Maytın reklamında bütün sahəni nə tuturdu?

- ✓ təsvir
- illustrasiya
- mətn
- başlıq
- şəkil

345. V. Maytın dərman preparatlarının reklamının ölçüsü nə qədər idi?

- ✓ A3 formatının $\frac{1}{4}$ -i qədər
- A4 formatının $\frac{3}{4}$ -i qədər
- A3 formatında
- A4 formatının $\frac{1}{4}$ -i qədər
- A4 formatında

346. Başlıq və illustrasiyaya aid deyildir?

- ✓ mal haqqında informasiya daşması və reklam obyektini nişanlaması
- reklam obyektini nişanlaması
- oxucunu obraza salma
- oxucuda əhval yaratma
- mal haqqında informasiya daşması

347. Başlıq və illustarsiyanın xarakterik xüsusiyyətləri hansıdır?

- ✓ oxucunu obraza daxil edir və onda müsbət əhval yaradır
- oxucuda əhval yaradır
- oxucunu qıcıqlandırır
- oxucunu itirir
- oxucunu obraza daxil edir

348. Başlıq və illustrasiyanın məqsədi nədən ibarətdir?

- ✓ diqqəti cəlb etmək
- bir müddət reklam mətni üzərində saxlamaq
- alıcının dayandırmaq
- izah etmək
- diqqəti cəlb etmək və onu bu müddət reklam mətni üzərində saxlamaqdır

349. Paralellik, metafoza, rifma kimi ünsürlərin xüsusiyyəti nədir?

- √ resipientin diqqətini cəlb etməyə
- paralelliyə yönəltmək
- metafoz
- rifma
- resipientin diqqətini yayındırmağa

350. Bunlardan hansı başlıq vasitəsilə inandırmağa yönəldilmiş fəndlərdən hesab olunmur?

- √ qafiyə
- rifma
- paralellik və rifma
- paralellik və qafiyə
- paralellik, rifma, qafiyə

351. Bunlardan hansı başlıq vasitəsilə inandırmağa yönəldilmiş fəndlərdir?

- √ paralellik, rifma, qafiyə
- paralellik və rifma
- paralellik və qafiyə
- qafiyə
- rifma

352. Oxucunu başlıq vasitəsilə inandırmağa yönəldilmiş fəndlər hansıdır?

- sətir
- √ söz oyunu, kontekst, metafoza
- söz oyunu, metafoza
- metafoza, kontekst
- bənd

353. Başlığın diqqəti cəlb etməsi üçün nə vacib hesab olunur?

- √ reklam müraciətinin dəqiq müəyyən edilmiş auditoriyaya ünvanlanması
- auditoriyanın səviyyəsi
- estetik qavrayışı
- etikası
- auditoriyanın tərkibi

354. Amerikan reklamçıların fikrincə başlıq nədir?

- √ alıcının mövcud ehtiyacını və ya istehlak tələbini ödəyir
- alıcının yalnız mövcud ehtiyacını ödəyir
- onların fikrincə başlığın əhəmiyyəti yoxdur
- başlıq oxucuda həvəs yaradır
- alıcının yalnız tələbini ödəyir

355. Əsas mətn hansı hissələrdən ibarətdir?

- √ informasiya, direktiv, poetik
- illüstrasiya, direktiv
- illüstrasiya, direktiv, poetik
- informasiya, illüstrasiya, poetik
- direktiv, poetik, deviz

356. Əsas mətn neçə hissədən ibarətdir?

- √ 3
- 5

- 6
- 7
- 4

357. Qəzetlərdə reklamın prinsipial modeli hansı struktur elementlərini nəzərdə tutur?

- ✓ başlıq illustrasiya əsas mətn, deviz, firma nişanı
- əsas mətn, deviz, firma nişanı
- firma nişanı, illustrasiya başlıq
- firma nişanı, başlıq, əsas mətn
- başlıq, illustrasiya, əsas mətn olunur

358. Qevika firması hansı avtomobillərin təqdim edir?

- ✓ Volkswagen
- Mercedes
- BMV
- Mitsubishi
- Nisan

359. Bəzən bir reklam çərçivəsində hansı firma nişanına rast gəlinir?

- ✓ istehlakçı və firmaya
- istehlakçıya
- istehsalçıya
- istehlakçı və istehsalçıya
- firmaya

360. Oxucunun diqqətinə hakim kəsilməyin inanılmaz vasitəsi nədir?

- ✓ maddi mənfəət alacaqlarına çağırış
- cəlb etmək
- keyfiyyətlilik
- mən gözələm
- məhşurlaşmalarına inandırmaq

361. Reklam istiqamətinin tanınmasında əhəmiyyət kəsb edən Volkswagen avtomobilinin özəlliyi nədə idi?

- ✓ onun miniatürliyində
- onun yığcamlığında
- onun böyüklüyündə
- onun qiymətində
- onun sürətində

362. Yeni reklam istiqaməti hansı avtomobillərin reklamından tanınır?

- ✓ Volkswagen
- Mercedes
- BMV
- Mitsubishi
- Nisan

363. Yeni reklam istiqamətinin banisi kim olmuşdur?

- ✓ Pol Rend
- V. Mayt
- Y. Petti
- A. Petrov
- R. Bartes

364. Bu istiqamətlərdən hansı keçən əsrin 50-60-cı illərinə təsadüf edir?

- √ «Yeni reklam» istiqaməti
- yeni və köhnə
- ilkin reklam istiqaməti
- heç biri
- «Köhnə reklam» istiqaməti

365. Başlıq və illustrasiyanın funksional vəhdəti inkişaf etmiş ölkələrin reklamında nə vaxt yaranmışdır?

- keçən əsrin 80-cı illərində
- keçən əsrin 30-40-cı illərində
- keçən əsrin 90-cı illərində
- keçən əsrin 60-70-cı illərində
- √ keçən əsrin 50-60-cı illərində

366. Başlıq və illustrasiyanın əsas cəhəti nədir?

- √ oxucuya mane olur
- reklamda heç bir əhəmiyyət kəsb edir
- reklamın keyfiyyətinə mənfi təsir edir
- dayanıqsız marağa səbəb olur
- oxucunun diqqətini cəlb edir

367. Reklam növünün xarakterik xüsusiyyəti nədir?

- √ funksional
- reklamın davam etmə müddəti
- xassələri öyrənir
- funksional dəyər yaradır
- funksional təyinata malikdir

368. Reklamda qarşılıqlı münasibətlərin dinamikası nə ilə müəyyən olunur?

- √ reklamın növü ilə
- reklamın məzmunu ilə
- reklamın keyfiyyəti ilə
- reklamın müddəti ilə
- reklamın tipi ilə

369. Dizayn işində reklam müraciətlərinin istiqamətləri hansılardır?

- √ verbal və vizual
- vizual
- alternativ
- funksional yönümlülük
- verbal

370. R.Bartes hansı ölkənin tədqiqatçısı olmuşdur?

- √ Amerika
- İngiltərə
- Fransa
- Almaniya
- İtaliya

371. Lövbər zəncirinin funksiyası nədən ibarətdir?

- √ sıx əlaqəni, yeri və vaxtı təmin edir
- yeri və vaxtı təmin edir

- gəmini quraşdırmaq
- heç bir deyil
- sıx əlaqəni təmin edir

372. Bunlardan hansı mətn və təsvirin tipidir?

- ✓ lövbər
- rell
- lövbər və rell
- heç biri
- mühərrik

373. Mətn və təsvirlərin tiplərə fərqləndirilməsinin müəllifi kimdir?

- ✓ R. Bartes
- Y. Petti
- A. Petrov
- Pol Rend
- V. Mayt

374. Mətn və təsvirlərin neçə tipi vardır?

- ✓ 2
- 4
- 5
- 6
- 3

375. Mətnə dərhal dərk olunma qaydası hansı mexanizmə əsaslanır?

- ✓ soldan sağa, yuxarıdan aşağıya
- soldan sağa, aşağıdan yuxarıya
- soldan sağa
- yalnız aşağıdan yuxarıya
- sağdan sola, yuxarıdan aşağıya

376. Bunlardan hansı daha etibarlıdır?

- ✓ mətn
- şəkillər
- resipient
- illiustrasiya
- təsvir

377. Mətn üçün nə xarakterikdir?

- ✓ hadisələrin dəqiq yerini və tarixini göstərir
- hadisələrin yalnız tarixini göstərir
- hadisələrin məzmununu əks etdirir
- hadisələrin kəmiyyətini əks etdirir
- hadisələrin yalnız yerini göstərir

378. Rubrikalı reklam mahiyyətilə nəyə yaxındır? I elana; II informasiya qeydlərinə; III təsvirə

- ✓ I, II
- II
- IV
- I, III
- I

379. Rubrikalı reklam kimə ünvanlanır?

- √ maraqlı oxucuya
- reklamın subyektinə
- kütləyə
- xalqa
- reklamın obyektinə

380. Hansı reklam öz janrını göstərmir? I birbaşa; II dolayı; III kompleks

- √ I
- I, II, III
- II, III
- I, III
- I, II

381. Borcetmənin rolu nəyə ziddir?

- √ reklamın ənənəvi təcrübəsinə
- reklam subyektlərinə
- reklam obyektlərini
- reklamın özünə
- reklamın elementinə

382. Bunlardan hansı gizli reklamın janrıdır? I redaksiya məqaləsi; II Komins; III viktoriana

- √ I, II, III
- I, III
- II, III
- heç biri
- I, II

383. Lüç gizli reklamı neçə janra ayırmışdır?

- √ 2
- 4
- 6
- 5
- 3

384. Bu terminlərdən hansı Lüçə məxsusdur?

- √ «borcetmə rolu»
- «borcalma rolu»
- «kredit rolu»
- «faiz rolu»
- «borcvermə rolu»

385. Borcetmə rolu termini kimə məxsusdur?

- √ C.Lüç
- V.Höte
- Yarbus
- Yarbus
- T.Keniq

386. Bunlardan hansı reklamın mətbuatda verilmə üsuluna aiddir? I birbaşa II dolayı III kompleks

- √ I, II, III
- I, II

- yalnız II
- I, II
- yalnız I

387. Mətbuatda verilmə üsuluna görə reklam neçə növdə olur?

- √ 2
- 4
- 1
- 3
- 5

388. Sual: Reklam müraciətinin strukturu nədən asılıdır? I hədəf auditoriyası II reklamın verilmə üsulundan III reklamın növündən

- yalnız III
- √ I, II, III
- I, III
- yalnız II
- I, II

389. Dominantəq dedikdə nə başa düşülür?

- √ üstün olan
- əskik olan
- münasibət
- ünsiyyət
- rəhbərlik

390. Obrazı yaratmaq üçün nələr tətbiq olunur?

- √ assosiativ sıralar
- adı sıralar
- orta-mövqeli sıralar
- normativ sıralar
- mürəkkəb sıralar

391. İstehlak reklamını yerləşdirmək üçün nələrdən istifadə olunur? I ixtisaslaşdırılmış nəşrlərdən II kütləvi informasiya vasitələrindən III insan loqotipindən

- √ I, II
- II
- III
- I, III
- I

392. Bunlardan hansı ən kütləvi reklamdır? I Nüfuzlu reklam II mötəbər reklam III istehlak reklamı IV ticarət sənaye reklamı

- √ I, II, IV
- IV
- I, III
- I, IV
- III

393. İstehlak reklamı kimə ünvanlanır?

- √ alıcıya
- firma işçilərinə
- müəssisə rəhbərinə
- istehsalçıya
- heç kimə

394. İstehlak reklamı nəyi nəzərdə tutur?

- √ qeyri-bərabər tərəflərin kommunikasiyasını
- subyektlərin fikir ayrılığı
- bərabər tərəflərin konfliktini
- qeyri-bərabər tərəflərin konfliktini
- bərabər tərəflərin kommunikasiyasını

395. Ticarət – sənaye reklamı nələrə arxalanır? I verbal elementlərə II sənədli illustrasiyalara III vizual elementlərə IV bədii illustrasiyalara

- √ I, II
- II, III
- I, III, IV
- I, II, IV
- I, III

396. Ticarət sənaye reklamlarına harada rast gəlmək olar? I ixtisaslaşdırılmış nəşrlərdə II ticarət jurnallarında III qəzetlərdə

- √ I, II
- II, III
- I, II, III
- I, III
- I

397. Bunlardan hansı ticarət-sənaye reklamının alt növləridir? I ayrıca sənaye və ticarət reklamı II topdan və pərakəndə satış ticarət reklamları III kənd təsərrüfatı reklamı

- √ I
- II, III
- I, III
- I, II, III
- I, II

398. : Firmalar öz məhsul, iş və ya xidmətini kimə təklif edirlər? I eyni tipli təşkilat və müəssisələrinə II müxtəlif tipli təşkilat və müəssisələrə III valyuta bazarlarına

- II, III
- I, III
- √ I
- I, II
- I, II, III

399. Ticarət-sənaye reklamı nəyi nəzərdə tutur?

- √ hüquqlu ünsiyyət
- mənfəəti
- ticarət prosesini
- rəqabəti
- zərəri

400. Ticarət-sənaye reklamı nəyə istiqamətlənir?

- √ işgüzar tərəfdaşların axtarışına
- reklamın obyektləri arasındakı münasibətə
- alqı-satqı prosesinin intensivliyinə
- sənayenin inkişafına
- işgüzar təşkilatlarının kamilləşməsi

401. Kompozisiya hansı elementin əsasında qurula bilər?

- firma devizi
- firma markası
- √ firma adı
- firma simvolikası
- firma loqotipi

402. Bunlardan hansı firma stili elementləridir? I nişan; II loqotip; III deviz

- II, III
- I, III
- I və II
- √ I, II, III
- heç biri

403. Rəngarəng illüstrasiyanın funksiyası nədir?

- √ obrazın yaradılması üzrə əsas vəzifəsi yerinə yetirir
- nüfuzlu reklama təsir etmir
- obrazlı reklamın mərkəzi elementini təşkil edir
- nüfuzlu reklama birbaşa təsir edir
- obraza reklama xidmət etmir

404. Nüfuzlu reklamın element mərkəzi nədir?

- √ rəngarəng illüstrasiya
- reklamın özü
- mətn illüstrasiya
- obrazlı illüstrasiya
- çalarsız illüstrasiya

405. Bunlardan hansılar arasında əlaqə vardır?

- təklif və subyekt
- müraciət və subyekt
- obyektlər arasında
- təklif və obyekt
- √ müraciət və obyekt

406. Bunlardan hansı firmanın xeyrinə işləyən inamdırıcı arqumentləridir?

- √ faktiki sərəşin məlumatları
- qeyd olunan ünsürlərin hər birindən
- ictimai-iaşə ünsürlərindən
- mətbuat məmulatlarından
- texnoloji amillərdən

407. Nüfuzlu reklamın formasına müstəsna olaraq nələr aiddir?

- imicin yaradılması
- emosional təsir və imicin saxlanması
- emosional təsir və imicin yaradılması
- imicin saxlanması
- √ emosional təsir, iman yaradılması və saxlanması

408. Bunlardan hansı nüfuzlu reklamın həyata keçirilməsinə aiddir?

- √ hesabatlar
- pullar
- qızıl əsginazlar

- kredit kartları
- hesablaşmalar

409. Nüfuzlu reklam nəyə istiqamətlənir?

- ✓ firmanın mövcudluğunun yada salınmasına
- heç bir şeyə əsaslanmır
- firmanın mövcudluğuna heç bir əhəmiyyət kəsb etmir
- firmanın nüfuzunun artmasına
- sadəcə firmanın mövcudluğuna

410. İngilis dilindən tərcümədə nüfuzlu reklam neçə adlanır ?

- ✓ xeyirxah iradə
- sakitlik və inam
- səssizlik və inam
- yaxşı mövqe
- xeyirxah ruh

411. Nüfuzlu reklamın digər adı?

- möhtərəm
- mövqeli
- mövqesiv
- perspektiv
- ✓ mötəbər

412. Bunlardan hansı kommersion reklamının baza tipini təşkil edir?

- ✓ nüfuzlu
- ticarət sənaye və istehlakçı
- ticarət sənaye və nüfuzlu
- nüfuzlu və istehlakçı
- ticarət-sənaye və istehlakçı

413. Funksional təyinatına görə kommersion neçə baza tipinə bölünür?

- 2
- 5
- 6
- 4
- ✓ 3

414. Tünd qəhvəyi rəngin əlaməti hansıdır?

- yeniləşdirici
- tələbkarlıq
- ✓ qıcıqlanmanın artmasını gücləndirir
- stabilləşdirici
- iddialılıq

415. Bunlardan hansı kar tonların rəngləri üçün xarakterikdir? I qıcıqlanma doğurur; II qıcıqlanma doğurmur; III diqqəti toplamağa kömək etmir

- I, II, III
- I, II
- ✓ II
- I, III
- II, III

416. Göy rəng üçün xarakterik əlamət hansıdır?

- √ məsafəni vurğulayar
- təcrid olunmuş rəngdir
- kontaktlılıq
- dəyişkənliyə
- işaqlandırıcı

417. Periodik nəşrlər incəsənət əsərlərindən nə ilə fərqlənir? I formasına; II strukturuna; III həcminə görə

- √ I, II
- II, III
- III
- II
- I

418. Bu rənglərdən hansı soyuq-tünd rəng deyildir? I tünd boz; II qara göy; III tünd-yaşıl-göy; IV bozumtul-mavi

- I, II, III
- I, III, IV
- III, IV
- II, III
- √ IV

419. Bu əlamətlərdən hansı tünd-qırmızı rəngə aiddir? I sakitlik; II iddialılıq; III tələbkarlıq; IV yeniləşdirici

- √ I, II
- I, III
- II, III
- I, IV
- II, III

420. Bunlardan hansı statik rəng hesab olunmur? I sarı yaşıl; II tünd qırmızı; III lili; IV bozumtul-mavi

- III, IV
- I, IV
- II, III
- I, III,
- √ I, II

421. Bozumtul-mavi rəngin əlaməti nədir?

- sirli duyğular oyadır
- yumşaq rəngdir
- bağlılıq
- təcrid olunmuş
- √ təkminlilik

422. Yataq rənglərinə xas olan xüsusiyyət hansıdır?

- √ açıq rənglərdir
- təmir rəngləri söndürür
- qıcıqlanmaları söndürür
- məsafəni vurğulayar
- təmiz rənglərdir

423. Bunlardan hansı dezintegrasiyaedici rəng deyildir?

- √ çəhrayı
- açıq göy

- bənövşəyi
- göy
- göy-yaşıl

424. Dezinteqrasiyaedici dedikdə nə başa düşülür?

- √ soyuq
- həssas
- coşdurucu
- sərt
- isti

425. Çəhrayı rəngin əlamətləri hansıdır?

- √ istilik və rahatlıq
- iradəlilik, həyatsevərlik
- hərəkəti vurğulayır
- məsafəni vurğulayır
- kontaktlılıq və işıqlandırıcı

426. Stimullaşdırıcı rənglər hansılardır? I qırmızı; II çəhrayı; III sarı

- √ I, II, III
- I
- I, II
- I, III
- III

427. İsti qırmızı rəng necə təsir bağışlayır?

- √ oyadıcı
- sərt
- sarsıdıcı
- coşdurucu
- sakit

428. Rəngin psixi təsirləri nəyə səbəb olur?

- √ ürək döyüntülərinə
- beynin funksiyasını pozur
- təzyiqin dəyişməsinə səbəb olmur
- heç nəyə təsir etmir
- baş gicəllənməsinə

429. Kondinskyin vurğuladığı təklif hansıdır? I rəng fiziki təsirdir; II rəng kimyəvi təsirdir; III rəng heç nəyə nüfuz etmir

- √ I
- II, III
- I, II
- III
- I, II, III

430. Kondenskiy nə təklif etmişdir?

- √ rəng ikili təsirə malikdir
- rəng haqqında heç bəhs etməmişdir
- rəng kimyəvi təsirdir
- geyim haqqında
- rəng heç bir təsirə malik deyil

431. Sarı rəng üçün xarakterikdir? I beynə stimullaşdırıcı təsir edir II hissələri stimullaşdırır III dözümlülük təsiri bağışlayır

- √ I
- I, II, III
- II, III
- II
- I, III

432. Çəhrayı rəng üçün xarakterikdir? I hissələri stimullaşdırır II qan dövranını sürətləndirir III yaxşı əhval-ruhiyyə yaradır

- √ I, II, III
- I, III
- I, II
- yalnız I
- II, III

433. Mavi rəng üçün xarakterikdir?

- √ antiseptikdir
- iltihaba mənfi təsir edir
- qan dövranını sürətləndirir
- dözümlülük təsiri bağışlayır
- beynə stimullaşdırıcı təsir edir

434. Bunlardan hansı yaşıl rəngə aid deyildir?

- √ narahatlığı aradan qaldırır
- qan təzyiqini artırır və tonusu azaldır
- qan təzyiqini azaldır və tonusu qaldırır
- yorğunluğu aradan qaldırır
- yuxusuzluğu aradan qaldırır

435. Bu alimlərdən hansı rəngin psixakaya təsvirini vermişdir? I M. Derevire doktor L.Podolsk; II V.Höte; III Yarrinbus

- √ I
- I, II, III
- I, III
- II, III
- I, II

436. Rənglərin insanlara fiziki təsiri kimlər tərəfindən təsdiqlənib?

- √ fizioloq və psixoloqlar
- psixoloq və iqtisadçılar
- iqtisadçılar və fizioloqlar
- iqtisadçılar və sosioloqlar
- fizioloq və sosioloqlar

437. Kontekst dedikdə nə başa düşülür?

- √ şərait
- mühit
- sfera
- kainat
- aləm

438. Sarı rəng hansı duyğuları aşılır?

- √ isti
- həssas

- sərt
- heç bir duyğu aşılammır
- soyuq

439. İ.V.Hötenin fikrincə rəng necə xarakterizə olunur?

- ✓ ürəyə yol tapır və güclü təsir edir
- rəng çalarları insan beyninə pis təsir edir
- ürəyə xeyirlidir
- rəng çalarları ürəyə ziyandır
- insanın şüuruna birbaşa təsir edir

440. İlk dəfə ayrı-ayrı rənglərin mənasını sistemləşdirməyə kim cəhd etmişdir?

- ✓ J.V.Höte
- R.Cons
- Lyuşer
- R.Bartes
- A.L.Yarınbus

441. Küt bucaq horizontal rəssama hansı təsvir bağlılıyrdı?

- ✓ sarı
- sarı
- ağ
- qara
- qırmızı

442. Horizontal rəssama iti bucaq hansı rəngin təsirini bağlılıyrdı?

- ✓ sarı
- ağ
- mavi
- qırmızı
- qara

443. Horizontal rəssama düz bucaq hansı rəngin təsirini bağlılıyrdı?

- ✓ ağ
- mavi
- sarı
- qırmızı
- qara

444. Horizontal rəssama dioqanal hansı rəngin təsirini bağlılıyrdı?

- ağ və soyuq
- qırmızı, sarı
- qırmızı, sarı
- mavi, yaşıl
- ✓ qırmızı, boz

445. Horizontal kompozisiyanın vertikalından fərqi nədədir? I daha köklü olmasında; II ağırçəkili olmasında; III mötəbər görünüşündə

- ✓ I, II, III
- I, III
- I, II
- fərqi yoxdur
- II, III

446. Dioqanal nəyin simvoludur?
- ✓ dinamikanın
 - təsvirin
 - horizontalluğun
 - mətnin
 - reklamın
447. Təbiətin dərk olunması prosesində insan dünya təşkilinin hansı yeni prinsiplərini aşkar etmişdir? I ritm; II simmetriya; III mütənasiblik; IV təzadlar
- ✓ I, II, III, IV
 - I, III, IV
 - I, II, IV
 - II, III, IV
 - I, II, III
448. Bunlardan hansı qavrama prosesinə təsir etmir?
- ✓ şəxsiyyətin təhsili
 - şəxsiyyətin əvvəlki həyat təcrübəsi
 - obyektə tanışlıq dərəcəsi
 - şəxsiyyətin sosial demoqrafik xarakteristikaları
 - şəxsiyyətin zahiri görünüşü
449. İnsanın necə baxması, necə görməli nə ilə bağlı deyil? I şüurun məzmunu; II insanın psixikası; III gözün quruluşu və xassələri
- ✓ I
 - I, II
 - III
 - II, III
 - II
450. İnformasiyanın qavranılma prosesinin tədqiqatları kim tərəfindən aparılmışdır?
- ✓ L.Yarrınbus
 - V.Höte
 - Yarbus
 - C.Robert
 - Penfildin
451. İnformasiyanın qəbul edilməsində nə əhəmiyyət kəsb edir?
- ✓ göstər
 - qulaq
 - burun
 - ağız
 - beyin
452. Dizayner ilk növbədə hədəf auditoriyasının hansı imkanlarını nəzərə almalıdır? I sosioloji dərkətmə; II psixoloji dərkətmə; III fizioloji dərkətmə
- ✓ I, II
 - II
 - II, III
 - I, III
 - III
453. Bunlardan hansı yazma səviyyələridir? I hadisələr II emosiyalar III böhranlar

- √ I
- I, III
- II
- II, III
- I, II

454. Penfildinin ekspertimentinə əsasən yazma neçə mərhələdə aparılır?

- √ 2
- 5
- 6
- 4
- 3

455. Tnfeldin apardığı neyrocərrahı ekspertimentləri üçün nə xarakterikdir?

- √ insan beyni müəyyən mənada maqnitafona bənzəyir
- insan beyni müəyyən mənada radioyaya bənzəyir
- insan beyni təkamül nəticəsində formalaşır
- insan beyni heç nəyə bənzəmir
- insan beyni cəmiyyətin dəyişməsilə dəyişir

456. Elektrozdun köməyilə aparılmış neyrocərrahı ekspertimentin müəllifi kimdir?

- √ M. Penfildin
- V.Höte
- R.Bartes
- T.Keniq
- Yarbus

457. Resipientin şüurunda çoxlu ani duyğuların oyanması və onların keçmiş həyat təcrübəsinin üstünə gəlməsi ilə sintez olunan obraz hansıdır?

- √ passiv
- aktiv
- adi
- sadə
- sintez

458. Reklamın yaradılması üçün əsas sütun nədir?

- √ obyektin obrazı
- təlabat
- estetik hiss
- şüur
- müraciət

459. Reklamın struktur və kompazisiyasında obrazın nə qədər əks olunduğunu kim həll edir?

- √ oxucu
- işçi
- dizayner
- reklamçı
- rəhbər

460. Reklam obyektı haqqında zəruri informasiyalara nələr aiddir?

- √ hamısı
- firmanın istehsal imkanları və buraxılan məhsulun həcmi
- məhsulun istehlakçı qrupu və sortu qiyməti

- məmulatın təyinatı və onun təmin etdiyi rahatlığın səviyyəsi
- rəqiblərin məhsulunun güclü və zəif cəhəti

461. Reklam nə vaxt təsirli olur?

- √ tamaşaçının qavraması ideal obraza yaxın olduqda
- reklam edilən obyekt baha qiymətə satıldıqda
- dizayner reklamın doğruluğuna inandıqda
- elementlərin sadəliliyi ön plana çəkildikdə
- mürəkkəb rəsmlərdən istifadə olunduqda

462. Reklam nə vaxt daha təsirli olur?

- √ dizaynerin təqdim etdiyi reklam müraciəti obraza yaxın olduqda
- reklam edilən obyekt baha qiymətə satıldıqda
- dizayner reklamın doğruluğuna inandıqda
- elementlərin sadəliliyi ön plana çəkildikdə
- mürəkkəb rəsmlərdən istifadə olunduqda

463. Reklam müraciəti hansı prosesdə resipientin şüurunda çoxlu ani duyğular oyadır?

- √ dərkətmə
- görmə
- hiss etmə
- danışma
- eşitmə

464. Oxucu dizaynerin yaratdığı obrazın uğurluluğunu, reklamın strukturu və kopazisiyasında obrazın nə qədər əks olunduğunu həll etdikdən sonra nə baş verir?

- √ obrazın son transformasiyası
- estetik zövq formalaşır
- məmulatın əldə olunması
- reklama inam yaranır
- istehlak

465. Obyektin obrazının xarakteri necədir?

- √ aktiv
- aktiv-passiv
- heç biri
- hamısı
- passiv

466. Obyektin obrazı nə üçün aktiv xarakterlidir?

- √ çünki reklamın yaradılması üçün əsas sütundur
- çünki dövrün ənənələrinə uyğundur
- çünki dövrün ənənələrinə uyğundur
- çünki birləşdirici sütundur
- çünki gerçəkliyə yaxındır

467. Obrazın yaşayış mühiti nədir?

- √ şüurun xüsusi təsəvvür və ya təxəyyüllərinin fazası
- obrazın formalaşdığı mühit
- istehlakçı zövqü
- istehlakçı kimi
- düşüncə tərzü

468. Obraz öz ifadəsini nəyin vasitəsilə tapır?
- √ plastikanın
 - elementlərin
 - nəşriyyatın
 - şüurun
 - dizanyerin
469. Obeyktin obrazının yaranması prosesinə nə təsir edir?
- √ dövrün mədəni ənənələri
 - gerçəkliyin dizayner tərəfindən qavranılması xüsusiyyətləri
 - hamısı
 - heç biri
 - dünyagörüşünün xarakteri
470. Obeyktin formasının mürəkkəb, ancaq tanınan konstruksiyanı müəyyənləşdirməyə imkan verən nədir?
- element
 - nəşriyyat
 - ornament
 - √ obraz
 - şüur
471. Məmulatda təyinatı və onun təmin etdiyi rahatlığın səviyyəsi, məhsulun istehlakçı qruppu və satış qiyməti, firmanın istehsal imkanları və s. nə zaman öyrənməlidir?
- √ ilkin layihənin işlənməsinə başlamazdan əvvəl
 - tələb və təklif bərabərləşdikdə
 - istehlakçıların marağı çoxaldıqda
 - bazarda məmulat artımı yarandıqda
 - məmulat satışa çıxarıldıqda
472. İlk layihənin işlənməsinə başlamazdan əvvəl dizayner nə etməlidir?
- √ reklam obyektini tam həcmdə təsvir etməli və onun haqqında zəruri informasiyaları öyrənməlidir
 - firmanın istehsal imkanları və buraxılan məhsulun həcmi ilə maraqlanmalıdır
 - məhsulun istehlakçı qruppu və satış qiyməti ilə tanış olmalıdır
 - tələb və təklifi öyrənməlidir
 - marketing tətqiqatları aparmalıdır
473. Gələcək reklamın obrazını yaratmağa zəmin yaradan nədir?
- √ sifarişçinin verdiyi və dizanyerin topladığı informasiyalar
 - dizaynerin estetik zövqü
 - səriştəlilik
 - obyektin obrazı
 - ilham
474. Gələcək reklam obyektinin obrazının ilkin bünövrəsi harada qoyulur?
- √ firmanın stili və reklam vericinin imicində
 - istehlakçı şüurunda
 - solum modelində
 - keçid modelində
 - məhsulun layihəsində
475. Sual: Firmanın reklam siyasətinin xüsusiyyətlərinə aşağıdakılardan hansılar aiddir? 1. reklamın faktiki istiqamətliliyi. 2. buraxılan məhsulun həcmi. 3. verilmiş müraciətin reklam kampaniyasında tutduğu yer. 4. reklamın auditoriyası. 5. reklamın yerləşdiyi nəşrin nüfuzu. (Çəki: 1)

- √ 1,3,4,5
- 1,2,5
- 1,2,5
- 1,2,3,4,5
- 1,3,5

476. Firmanın reklam siyasətinin hansı xüsusiyyətləri dizaynerin işinin nəticələrinə təsir göstərə bilər?

- √ reklam taktiki istiqamətliliyi
- reklam auditoriyası
- reklamın yerləşdiyi nəsrin nüfuzu
- hamısı
- verilmiş müraciətin reklam kampaniyasında tutduğu yer

477. Fəal və passiv obrazlar hansı sahədə tətbiq olunur?

- √ dizaynda
- estetikada
- iqtisadiyyatda
- KİV-də
- əmtəəşünaslıqda

478. Dizaynerin şüurunda birləşdirici fikir mərkəzi kimi təzahür edən nədir?

- √ obyektin obrazı
- estetik zövq
- qavrayış
- tələbat
- müraciət

479. Dizayner nə zaman özündə reklam obyektinin təsvir etməli, onun haqqında bütün zəruri informasiyanı tapmalıdır?

- √ layihənin işlənməsinə başlamazdan əvvəl
- tələb artdıqda
- təklif artdıqda
- obyektə gördükdə
- reklam KİV-inə verildikdə

480. Dizayna tətbiq edilən obrazlar hansılardır?

- √ fəal və passiv
- yalnız passiv
- aktual
- bir an
- yalnız fəal

481. Dizaynerin yaratdığı obrazın nə qədər uğurlu olduğunu kim həll edir?

- √ oxucu
- işçi
- dizayner
- reklamçı
- rəhbər

482. Yaşayış mühiti şüurun xüsusi təsəvvür və ya təxəyyüllərin fazası olan anlayış hansıdır?

- √ obraz
- layihə
- stil

- obyekt
- zövq

483. Obraz gerçəkliklə rastlaşdıqda şüurunda müəyyən psixi hadisələrdir? cümləsini nəzərə alaraq obraza necə yanaşmaq olar?

- əmtəə kimi
- estetik həzm kimi
- ✓ düşüncə təsiri kimi
- estetik hiss kimi
- məmulat kimi

484. Reklamın struktur və kompozisiyasında obrazın nə qədər əks olunduğunu kim həll edir?

- ✓ oxucu
- işçi
- dizayner
- reklamçı
- rəhbər

485. Reklam nə vaxt daha təsirli olur?

- ✓ dizaynerin təqdim etdiyi reklam müraciəti obraza yaxın olduqda
- reklam edilən obyekt baha qiymətə satıldıqda
- dizayner reklamın doğruluğuna inandıqda
- elementlərin sadəliliyi ön plana çəkildikdə
- mürəkkəb rəsmlərdən istifadə olunduqda

486. Obraz öz ifadəsini nəyin vasitəsilə tapır?

- ✓ plastikanın
- dizaynerin
- nəşriyyatın
- şüurun
- elementlərin

487. Gələcək reklamın obrazını yaratmağa zəmin yaradan nədir?

- ✓ sifarişçinin veridiyi və dizaynerin topladığı informasiyalar
- səriştəlilik
- ilham
- ilham
- obyektin obrazı

488. Sənayecə inkişaf etmiş mütəxəssislərinin fikrincə reklam müraciəti nə vaxt maksimal səmərə verir?

- ✓ reklam resipientdə müəyyən emosiyalar oyatdıqda və onun şüurunda reklam obyektini ilə möhkəm duyğular doğuranda
- bazarda məhsula olan tələb təklifi üstələdikdə
- vasitələrin seçilməsinə
- reklam KİV-ində verildikdə
- tələb və təklif tarazlaşdıqda

489. Resipientin qəbul etdiyi formada obyektin əhəmiyyətini illüstrasiyanı da cəlb edərək ifadə etmək kimin vəzifəsidir?

- ✓ dizaynerin
- sənətşünasın
- sosialoqun
- sosialoqun
- əmtəəşünasın

490. Reklamın vəzifəsi nə vaxt yekunlaşmış hesab olunur?

- √ oxucu nəinki reklam edilən malın, həm də onun markalanmasının lazımlığına və həmin malın digərlərindən çətin olduğuna inandıqda
- reklam olunan məhsul bazarda tükəndikdə
- kesipient reklam anladıqda
- reklam təqdim olunduqdan 1 il sonra
- istehsalçı reklamdan bezdikdə

491. Reklamın strukturu elementlərinin seçilməsi, onların mənə yükünün yerinə yetirilməsinə kömək edən vasitələrin seçimini nə şərtləndirir?

- √ funksional yönüm
- C. Lund düsturu
- dizayn
- tələb
- informasiya

492. Reklamın işlənməsi üçün prinsipial əsas nədir?

- √ C.Lund düsturu
- inkişaf
- model
- dizayn
- tələb

493. Reklamın əsas vəzifələri aşağıdakılardan hansılardır?

- √ bu və ya digər üsulla resipientə təsir göstərmək
- hamısı
- obyektin misilsizliyini təsdiqləmək
- hamısı
- obyektin zərurililiyinə inam yaratmaq

494. Reklamda obrazın məqsədi nədir?

- √ obyektin əhəmiyyətinin yaradıcılıq fəndləri ilə ifadə edilməsi
- resipientdə ləzzət duyğuları yaratmaq
- tələbatı ödəmək
- müştəri cəlb etmək
- resipientdə estetik zövq yaratmaq

495. Reklam taktikasının incəliklərinin ümümləşdirikən düstur təklif edən qəzet reklam üzrə Amerika tədqiqatçısı kimdir?

- √ C. Lund
- V. Vill
- D. Davkins
- E. Con
- P. Berin

496. Reklam müraciətinin işi aşağıdakı variantların hansında düzgün əks olunmuşdur? 1. resipientin diqqətini cəlb etmək; 2. resipienti bütün materialı oxumuğa zövq etmək; 3. resipienti məhz reklam edilən obyektin onun maraq dairəsində olduğuna inandırmaq

- 1.3
- √ hamısı
- 1.2
- 2.3
- heç biri

497. Passiv obraz necə yaranır?

- √ resipientin şüurunda çoxlu ani duyğuların oyanması və onların keçmiş həyat təcrübəsinin gəlməsi ilə

- məmulatdan istifadə edilən zaman
- aktiv obrazdan sintez vasitəsilə
- dizanyerin reklam kompazisiyasında element çoxluğundan istifadə edən zaman
- reklamın layihələndirilməsi zamanı

498. Obraz nəyi ifadə edir?

- √ gerçəkliyin, hadisələrin, obyektlərin qiymətləndirilmə və qavramamasını
- obyektə əhəmiyyətini
- reklama sərf olunan xərclərin miqdarını
- əhalinin yaşayış şəraitini
- emosionallığı

499. Müasir tədqiqatlarda C. Lundun düsturu hansı variantda düzgün göstərilmişdir?

- √ diqqət, maraq, istək, hərəkət
- diqqət, istək, hərəkət
- diqqət, istək, hərəkət
- maraq, inam, istək, hərəkət
- maraq, istək, hərəkət

500. Məhz oxşar psixika bizə müəyyən inamla bu və ya digər reklam müraciəti plakat, məqalə və ya vitrinin necə təsir edəcəyinin əvvəlcədən görməyə imkan verir fikrinin banisi kimdir?

- √ T. Keniq
- M. Vilson
- S. Con
- L. Bravn
- B. Hank

501. Qəzet reklamının əsas xüsusiyyəti nədən ibarətdir?

- √ reklamı oxucu görməli, sonra oxumalı və nəzərdə tutulan mala maraq göstərməlidir
- oxucuda məhsulun əhəmiyyətliyinə inam yaranmalıdır
- reklamı savadsız şəxslər görmür
- resipient öz zövqünə deyil, qəzet reklamının fərziyyəsinə inanır
- oxucu məhsulu görmədən onu təsvir etməlidir

502. Kim reklam obyektinin əhəmiyyətini yaradıcılıq fəndləri vasitəsilə ifadə edir?

- √ dizayner
- sənətşünas
- əmtəəşünas
- rəssam
- iqtisadçı

503. İnsanların reapsiyasının I tip oxşarlığı müəyyən edən nədir?

- √ oxşar sosial, mədəni və s. xarakteristikalar
- yalnız mədəni xarakteristikalar
- yalnız sosial xarakteristikalar
- elmi biliklər, yaşayış yeri
- heç biri

504. İnsanların reaksiyasının oxşarlığının I tipində nə nəzərdə tutulur?

- √ bir-birindən asılı olmayan fərdlər eyni cür davranış nümayiş etdirirlər
- eyni təşkilatda fəaliyyət göstərən şəxslər reklamı eyni cür dərk edir
- qırmızı rəngə hamının reaksiyası müsbətdi
- qırmızı rəngə hamının reaksiyası müsbətdi

- insanların reklamı qavramaq qabiliyyəti müxtəlifdi

505. İnsanların reaksiyasının neçə tip oxşarlığını fərqləndirirlər?

- √ 2
- 3
- 5
- 6
- 4

506. İnsanların reaksiyasının II tip oxşarlığı nə ilə əlaqədardır?

- √ fərqlərin müstəsna olaraq bir-birinə təsiri ilə
- reklamın həcmi ölçüləri ilə
- obrazın təyinatına uyğunluğu ilə
- elementlərdən istifadənin çoxluğu ilə
- reklamın ahəngdarlığı ilə

507. İlk dəfə olaraq səmərəli reklam müraciəti yaratmağın vacib şərtini reklamın eyniliyi ola biləcəyini kimi müəyyən etmişdir?

- √ T. Keniq
- D. Con
- D. Davkin
- V. Hank
- M. Vilson

508. Gerçəkliyin hadisələrin, obyektlərin qiymətləndirilmə və qavramamasını ifadə edən nədir?

- √ obraz
- əmtəə
- reklam
- estetik hiss
- dizayn

509. Gerçəkliklə rastlaşdıqda şüurumda yaranan müəyyən psixi hadisə nədir?

- estetik hiss
- əmtəə
- reklam
- dizayn
- √ obraz

510. Funksional, rasionallıq, məna və intuitiv səviyyələrdə obyektin obrazının təsvirini kim yaradır?

- √ dizayner
- rəssam
- əmtəəşünas
- ekspert
- əmtəəşünas

511. Funksional yönüm nəyə əsaslanır?

- √ inandırıcılığa
- obraza
- vasitələrin seçilməsinə
- reklam taktikasına
- informasiya bolluğuna

512. Dizayner resipientin onun yaratdığı reklama reaksiyasını nəyə əsasən təyin edir?

- √ insanların reaksiyasının oxşarlığına əsasən
- məmulatın satış həcminə görə
- tələbə görə
- təklifə görə
- rənglərə əsasən

513. Dizayner reklam məzmununu və kompozisiyanı işləyərkən nəyə əmin olmalıdır?

- √ onun reklamını qəzətdə redaksiya məqalələri, müsahibələr, fotoreportajlar arasında görəcəyinə və onu qeyd edəcəklərinə
- məşhurlaşacağına
- reklam etdiyi məhsulun keyfiyyətinə
- qəzetin çoxtirajlı olmasına
- münasib məvacib alacağına

514. Dizayner nə zaman potensial istehlakçının şüuruna qavrama prosesində nüfuz edə biləcək obrazı yaratmağa real imkan qazanır?

- √ resipientin onun yaratdığı reklama reaksiyasının təyin etdikdə və obrazı planlaşdırdıqda
- istehlakçıların sayı çoxaldıqda
- heç vaxt buna nail ola bilməz
- bütün istehlakçılar eyni cür düşündükdə
- reklam bütün KİV-ində verildikdə

515. Dizayner nə zaman onun reklamını qəzətdə, redaksiya məqalələri, müsahibələr, fotoreportajlar arasında görəcəyinə və onu qeyd edəcəklərinə əmin olmalıdır?

- √ reklam müraciətinin məzmununu və kompozisiyasını işləyərkən
- müqavilələrin müddəti sona çatdıqda
- reklam artıq KİV-ində verildikdə
- qəzet nüsxəsi çapa buraxılan zaman
- məhsul layihələndirilən zaman

516. C.Lundun düstur alqoritmi hansı variantda düzgün əks olunmuşdur? 1. Diqqəti cəlb etmək; 2. maraq doğurmaq; 3. alıcı zəruriliyinə inan; 4. potensial alıcını konkret hərəkətlərə zövq etmək; 5. mal almaq istəyinin yaranmasına kömək etmək

- √ 1,2,5,3,4
- 5,3,4,2,1
- 3,4,5,1,2
- 1,2,3,4,5
- 5,4,2,1,3

517. C.Lund düsturunu təşkil edən hərəkət ardıcılığı necə adlanır?

- √ reklam müraciəti
- maraq
- müasir reklam
- alqoritm
- dizayn

518. Bütün ölkələrin reklamçısı tərəfindən aksiom kimi qəbul olunmuş düstur kim tərəfindən təklif edilmişdir?

- √ C. Lund
- A.Vill
- C.Kenlu
- H. Vikson
- P.Berin

519. Bu günədək reklam yaradıcılığının əsası kimi xidmət edən düstur kim tərəfindən təklif olunmuşdur?

- √ C. Lund
- C.Kenlu

- A.Vill
- D.Davkin
- H.Duma

520. Adı çəkilən hansı şəxs qəzet reklamı üzrə Amerika tədqiqatçısıdır?

- ✓ C. Lund
- V. Vill
- D. Davkins
- E. Chon
- P. Berin

521. - obyektə qarşılıqlı əlaqə prosesində resipientdə yaranan duyğu və təəsüratların bütöv bu kompleksidir cümləsini tamamlayın.

- ✓ reklam obyektinin obrazı
- əmtəə
- dizayn
- reklam
- estetik zövq

522. Redaksiya materiallarında sadə komplekslərə aşağıdakılardan hansılar aiddir? 1. mətnin sətri; 2. kəsilmələr; 3. müəllif imzası; 4. başlıq; 5. element

- ✓ 1,2,3,4
- yalnız 5
- 1,2,4,5
- 1,3,4,5
- hamısı

523. Tərtibat elementlərinin qruplara sistemləşdirildikdə təyinedici əlamət nədir?

- ✓ təyinat
- etibarlılıq
- funksionallıq
- estetiklik
- bəzək

524. Reklamda istifadə olunan srift və qarnituraların dairəsini məhdudlaşdıran nədir?

- çərçivə
- bəzək
- xarici element
- xətkəş
- ✓ «qatlanmalar» (çevrilmələr)

525. Qatlamalara (çevrilmə) ən çox hansı firmaların reklam fəaliyyətində rast gəlinir?

- ✓ xarici avtomobil firmalarının
- heç biri
- qeyri-qida sektorunun bütün firmalarının
- geyim firmalarının
- qida istehsal edən firmaların

526. Qəzətdə reklamın kompozisiyasında altlıq (əsas material) adlı elementə nə aiddir?

- kompozisiya
- yalnız fon
- təsvir və obyekt
- xətkəş və element

✓ çevirmə (qatlanma) və fon

527. Reklamda bəzək arsenalının əhəmiyyətli genişlənməsini nə təmin edir?

- rəqəmlər
- hərflər
- ✓ işarə-simvollar
- «spusk»
- «probel»

528. Reklamda xətkəşlərin ən geniş yayılmış üsulu hansıdır?

- ✓ cərimə
- çevirmə
- şəkil
- horizontal
- bəzək

529. Dekorativ elementlər alt qrupuna nələr aiddir?

- ✓ xətkəşlər, bəzəklər, qoyulmalar və çevirmələr
- düz və sadə xətlər, qoyulmalar
- «probel» və «spusk»
- qoyulmalar və çevirmələr
- yalnız bəzəklər

530. Kompozisiya elementlərini dizaynerin hansı görünüşü seçilməsindən asılı olmayaraq bir vəhdətdə əlaqələndirən nədir?

- ✓ fon
- «hava»
- boş sahə
- probel və spusk
- element

531. Reklamda hava nə rolunda iştirak edir?

- ✓ fon
- sərhəd
- effekt
- sütun
- element

532. Redaksiya materialı fonunda müraciətin əlverişli və effektiv seçilməsini təmin edən nədir?

- ✓ «hava» boşluqları
- obrazın xarakteri
- materialın gözəçarpan olması
- düz xətlər
- qavranma xüsusiyyəti

533. Reklamın hansı növündə reklam boşluğunu yerləşdirmək üçün əksər hallarda kompozisiyanın yuxarı hissəsində reklam sahəsinin 1/3 və daha çox hissəsi qədər boş sahə buraxılır?

- ✓ displey-reklamda
- utilitar reklamda
- mürəkkəb reklamda
- «asan» reklamda
- sadə reklamda

534. Reklam kompozisiyasında həndəsi və optik mərkəzin təyininə nədən istifadə olunur?

- √ fibonaççi ədəd cütləri sırasından
- Diskriminant təklidən
- simmetriya nəzəriyyəsi
- triqonometriyadan
- Nyuton qanunundan

535. Reklamda diqqət zonaları necə qavranılır?

- √ yuxarı «asan», aşağı «çətin»
- yuxarı «çətin», aşağı «asan»
- sağ «çətin», sol «asan»
- heç biri
- sağ «asan», sol «çətin»

536. Boş sahələrin seçilməsində dizayner nəyi əks rəhbər tutmalıdır?

- √ qavrama-dərketmə psixologiyasının xüsusiyyətlərini
- ölçüləri kiçik seçməyi
- reklamın məzmununu
- reklam səviyyəsinin ölçüsünü
- yerə qənaət etməyi

537. Reklamda istifadə olunan ara boşluqları, obrazlar nəyə xidmət edir?

- √ reklam materialının asan qavranılmasına
- reklamın daha estetik görünməsinə
- reklamın oxunuşunun rahat olmasına
- reklamın daha «cəzbedici» olmasına
- reklam materialının uzanmasına

538. Reklamın başlanğıc mərhələsinə xoş olan ənənə nədir?

- √ çoxqarniturluq
- «yağlı» şriftlər
- kütləvilik
- boş sahələr
- kiçik formatlılıq

539. Bir qarniturlu reklamlar nə ilə seçilir?

- √ keq (şriftin ölçüsü) və kompazisiya həlli ilə
- qarniturdan az istifadə olunması ilə
- obyektin təyinatına uyğunluğu ilə
- mürəkkəbliyi ilə
- sadəliyi ilə

540. Eyni reklam müraciəti, müxtəlif nəşrlərdə, müxtəlif formatlarda çap olunan zaman nədən istifadə olunur?

- √ indentik şrift və düzümdən
- reklam pannolarından
- qalın nəşrlərdən
- «yağlı» şriftdən
- sadə şiftən

541. Qeyri standartlıq və ya orijinallıq nəyə səbəb olur?

- √ qeyri oxunaqlığa
- kölgəli şriftlərin əmələ gəlməsi
- unudulmaya

- səliqəsizliyə
- uyğunlaşmaya

542. Reklam müraciətlərində əsas mətdə hansısa obraza diqqət yetirmək üçün onu qalın şrift və kursivlə verilməsi tipografik dildə necə adlanır?

- ✓ «təzadlı ləkə»
- «standartlıq»
- «orijinallıq»
- «şifirtmə obrazı»
- «qara ləkə»

543. Reklam mətnlərinin yığılması üçün ən münasib və çox işlənən reduksiya elanları hansılardır?

- ✓ 10; 12
- 18, 20
- 16, 18
- 14, 16
- 12, 14

544. Yüngül qavramaya kömək edən müxtəlif uyğunlaşmaların həcmli cədvəli kim tərəfindən qurulmuşdur?

- ✓ T.Keniq
- D. Huqo
- R. Bartes
- R. Henru
- S. Qalkin

545. Qəzətdə dərc olunan reklam müraciətlərinin tez qavraması üçün uyğun şriftlərinin 5 əlamətini müəyyən edən kimdir?

- R. Bartes
- D. Huqo
- ✓ T.Keniq
- S. Qalkin
- R. Henru

546. T.Keniq yığım şriftlərinin neçə əlamətini müəyyən etmişdir?

- 2
- 1
- ✓ 5
- 4
- 3

547. Resipientin qeyri-iradi olaraq diqqətini cəlb edən nədir?

- ✓ başlıqlar
- heç biri
- yalnız inandırmaq
- insanlara tövsiyə vermək
- məmulatın obrazın düzgün çatdırmaq

548. Verbal müraciətlərin yaradılması zamanı qarniturun seçilməsi üçün əsas əlamət nədir?

- ✓ obyektin obrazına uyğunluğu
- insanlara tövsiyə vermək
- yalnız inandırmaq
- heç biri
- məmulatın obrazın düzgün çatdırmaq

549. Nəşrin modelinin təşkilçisi nədir?

- ✓ mətn şrifti
- insanlara tövsiyə vermək
- yalnız inandırmaq
- heç biri
- məmulatın obrazın düzgün çatdırmaq

550. A.Q.Şişqal tipografik şriftlərlə illustrasiya yaradılması zamanı nəyi əsas götürür?

- yalnız inandırmaq
- ✓ şriftin oxunaqlığı və istehsal-texniki tələblərə uyğunluğuna
- məmulatın obrazın düzgün çatdırmaq
- insanlara tövsiyə vermək
- heç biri

551. Redaksiya materiallarının uyğun üçün şriftin seçilməsi zamanı nəyə diqqət etmək lazımdır?

- ✓ şriftin oxunaqlığı və istehsal-texniki tələblərə uyğunluğuna
- insanlara tövsiyə vermək
- yalnız inandırmaq
- heç biri
- məmulatın obrazın düzgün çatdırmaq

552. Reklamın məqsədi nədir?

- ✓ təsir etmək, inandırmaq, alış-verişə zövq etmək
- insanlara tövsiyə vermək
- yalnız inandırmaq
- heç biri
- məmulatın obrazın düzgün çatdırmaq

553. Qəzet qrafikasının incəsənəti çox cümləsini tamamlayın.

- ✓ utilitardır
- mürəkkəbdir
- funksiyalıdır
- qarşılıqlı
- sadədir

554. İnformasiyanı oxucuya çatdırmaq, informasiya ilə tanışlığı maksimal dərəcədə yüngülləşdirmək nəyin vəzifəsidir?

- ✓ kompozisiya həllərinin
- sxemin
- təsvirin
- dizaynın
- obyektin obrazının

555. Təsviri elementlərə aid olanı göstərin

- ✓ ştrixli, yarımamalı və qarışıq illustrasiyalar
- ştrixli və vizual
- sadə və mürəkkəb
- təsirli, təsirsiz və verbal
- ştrixli, vizual, qarışıq

556. İnformasiyanın verilməsinin uyğun üsulunda hansı alt qruplar vardır?

- ✓ şriftli, aralıqlı, dekorativ
- şriftli və dekorativ

- yalnız dekorativ
- dekorativ və aralıqlı
- şriftli və aralıqlı

557. İnformasiyanın verilmə üsuluna görə tərtibat elementləri hansı qruplara bölünür?

- √ yığımlı və təsviri
- sadə və mürəkkəb
- aktiv və passiv
- adi və vizual
- verbal və vizual

558. İnformasiyanın verilmə üsullarına görə tərtibat elementləri neçə qrupa bölünür?

- √ 2
- 4
- 5
- 6
- 3

559. Elementləri onların funksiyaları, təyinatı və xüsusiyyətlərinə görə sistemləşdirən kimdir?

- √ S. Qalkin
- T. Keniq
- R. Bartes
- D. Huqo
- R. Henru

560. Məzmunun çatdırılmasında müəyyən funksiyaları yerinə yetirən və müəyyən təyinatı və bir sıra spesifik əlamətlərə malik olan nədir?

- √ element
- çap avadanlığı
- hadisə
- obyekt
- obraz

561. Çap məhsulu üçün universal olan nədir?

- √ element
- obraz
- kompyuter
- obyekt
- çap avadanlığı

562. Tanınma təbiəti və əlamətləri universal olan dizayn növü hansıdır?

- √ qarfiq dizayn
- keçid dizaynı
- mürəkkəb dizayn
- sadə dizayn
- səhmlı dizayn

563. Tərtibat elementlərinin qəzetin özündə və orada dəri olunmuş reklamda istifadə xarakterinin müxtəlif olması nə ilə əlaqədardır?

- obrazın mürəkkəbliyi ilə
- texnikanın mürəkkəbliyi ilə
- hadisələrin sadəliyi ilə
- obyektin müxtəlifliyi ilə
- √ prinsipial fərqlərdə

564. Nə üçün reklam kompozisiyasına xoş olan ifadə vasitələrinin bütün arsenalini əhatə edir?

- ✓ reklam kompozisiyası öz strukturunu tərtib etmək üçün
- işgüzar təşkilatların reklama cəlb olunması üçün
- reklam obyektini daha dolğun göstərmək üçün
- tələbi ödəmək üçün
- reklam istehlakçılara düzgün şəkildə çatdırmaq üçün

565. Qrafik dizaynın tanınma təbabəti və əlamətləri nədən asılı olaraq dəyişir?

- ✓ tətbiq sferasından
- məmulatın tanınma sferasından
- obyektin obrazından
- obrazın təyintanından
- reklamın mahiyyətindən

566. Kompozisiyanı təşkil edən elementlərin təbiətinin aşkarlanması və onların təşkilinin səviyyəsi kompozisiyanın təhlilinin hansı mərhələsinə aiddir?

- ✓ I
- III
- IV
- V
- II

567. Kompazisiya sözünün mənası nədir?

- ✓ birləşmə, üzviləşmə və birlikdə yeniləşmə
- yaratma
- birləşdirmə və ayrılma
- xatırlatma
- dəst halında olma

568. Kompozisiyanın təhlili neçə mərhələyə bölünür?

- ✓ 2
- 4
- 5
- 6
- 3

569. Elementlərin bütöv kompozisiyada birləşdirilməsinin qanunauyğunluqları və onun harmonikliyinə əldə edilməsinin metod və vasitələri kompozisiyanın təşkilinin hansı mərhələsinə aiddir?

- ✓ II
- I
- IV
- V
- III

570. Element haqqındakı bütün tərifləri sistemləndirən kimdir?

- ✓ S. Qalkin
- T. Keniq
- D. Huqo
- C. Robert
- H. Davkin

571. Dizaynerlərin peşəkar inkişafı üçün zəruri olan məsələlər hansılardır?

- ✓ qrafik dizaynın öyrənilməsi
- qrafik dizaynın bitmiş əsərlərdə birləşdirilməsi
- heç biri
- hamısı
- qrafik dizaynın elementləri arasındakı qarşılıqlı əlaqələrin təhlili

572. Nəşrin xarici görünüşünü təşkil edən ən sadə tərtibat elementidir ifadəsinin müəllifi kimdir?

- ✓ S. Qalkin
- D. Hudo
- C. Robert
- H. Davkin
- T. Keniq

573. Kompozito latınca tərcümədən nə deməkdir?

- ✓ kompozisiya
- kompliment
- korrektə etmə
- gizlətmə
- element

574. Həzin hər bir bədii yaradıcılıq prosesinin harmonik əsası olub, bədii formanın müxtəlif elementlərini vahidə çevirməyin və ya vəhdətdə verməyin təşkilinin bədii-estetik ifadə formasıdır

- ✓ kompozisiya
- element
- obraz
- reklam
- dizayn

575. Element anlayışının ən geniş amplitudaya malik olması nə ilə izah olunur?

- ✓ hadisələrin çoxsəviyyəli ilə
- obyektin təyinatı ilə
- layihələndirmə ilə
- obrazın gerçəkliyi ilə
- kompozisiya bütövlüyü ilə

576. Sərbəst bazar şəraitində reklam bazarının özünəməxsusluğu və kütləvi auditoriyanın xüsusiyyətləri kimlər tərəfindən öyrənilmişdir?

- ✓ şərq tədqiqatçıları tərəfindən
- yunan filosofları tərəfindən
- qərb iqtisadçıları tərəfindən
- qərb sosioloqları tərəfindən
- qərb tədqiqatçıları təzə fənlər

577. Kompozisiya-qrafiki modelinin mövcudluğu zamanı hansı komponentləri fərqləndirmək olar? I orijinal modul cədvəllərin tətbiqi II razılaşdırılmış rəng və statistik həllər III tərtibat elementlərini

- ✓ I, II, III
- II, III
- I, III
- II
- I, II

578. Reklam müraciətinin dizaynında kompozisiya qrafiki modelinin verilməsi nəyə imkan verir? I reklamın verilməsini qaydaya salmağa II reklamın səmərəliliyini yüksəltməyə III reklamın struktur elementlərini yüksəltməyə

- ✓ I, II

- I
- III
- II
- II, III

579. Reklam müraciətinin dizaynına nəyi aid etmək olar?

- √ qəzetin kompozisiya-qrafiki modelini
- jurnalın kompozisiya-qrafiki modelini
- qəzetin kompozisiya-qrafiki elementlərini
- reklam vasitələrinin bütün xüsusiyyətlərini
- reklamın struktur elementlərini

580. Verilmiş reklam vasitəsinin xüsusiyyətlərinə nələr aiddir? I nəsrin kompozisiya qrafik modeli II Reproduksiya xarakteri III qrafik dizaynda müasir tendensiyalar

- √ I, II
- I, III
- III
- II
- II, III

581. Kulturoloji aspektlərə nələri aid etmək olar? I reklam qrafikasının xüsusiyyətlərini II qrafik dizaynda müasir tendensiyalar III intellekt parametrlər IV dizaynerin peşəkarlığı və estetik orientirləri

- √ I, II, III, IV
- I, II, IV
- III, IV
- I, IV
- II, III, IV

582. Sosial parametr hara daxildir?

- √ kulturoloji aspektlərə
- dərs olunan materialın məqsədli istiqamətliyinə
- reklam vasitəsinin xüsusiyyətlərinə
- reklamın harmonikliyinə
- auditoriyanın xarakterinə

583. Qəzetlərdə reklamın prinsipial modeli hansı struktur elementlərindən ibarətdir?

- √ başlıq, illustrasiya, əsas mətn, deviz, firma nişanı, ünvan məlumatları
- əsas mətn, informativ hissə, loqotip, təsvir, xarici nişanlar
- deviz, loqotip, ünvan məlumatları
- firma nişanı və ünvan məlumatları
- başlıq, illustrasiya, deviz, firma nişanı

584. Reklamda əsas mətnin funksional hissələrini göstərin

- √ poetik, informativ, direktiv
- əqli və direktiv
- yalnız informativ
- heç biri
- interaktiv və poetik

585. Resipient nədir?

- √ reklam istehlakçısı
- reklamın növü
- müraciət forması

- reklamçı
- dizayn növü

586. Elementlərin komplekslərində əlamətin təzahür ölçüsünün kardinal dəyişməsinə nəzərdə tutan nədir?

- √ kontrast
- harmoniklik
- estetika
- dinamiklik
- nüans

587. Bütövün qarşılıqlı əlaqələrini ifadə edərək xarici konturların harmonik quruluşunu müəyyənləşdirən nədir?

- √ mütənasiblik
- assimetriya
- simmetriya
- heç biri
- nüans

588. Mətnin dinamik və ritmin təşkili duyğularını yaradan nədir?

- √ simmetriya oxu
- harmoniya
- kompozisiya
- diqqət
- qavrama qabiliyyəti

589. Auditoriyanın xarakterinə nələr aiddir? I sosial parametrlər; II siyasi parametrlər; III psixoloji parametrlər; IV psixofizioloji parametrlər

- √ I, IV
- I, III
- II
- IV
- II, III

590. Reklam müraciətlərinin dizaynını, strukturunu müəyyən edən amillər aşağıdakılardan hansıdır? I dərc olunan materialın istiqamətliyi II auditoriyanın xarakteri III kulturoloji obyekt

- √ I, II, III
- II, III
- III
- I, III
- I, II

591. Bütövün qarşılıqlı əlaqələrini ifadə edərək xarici konturların harmonik quruluşunu müəyyənləşdirən nədir?

- √ I, II
- II
- III
- I, III
- I

592. Dərc olunan materialın məqsədi istiqamətliyinə nə aiddir? I reklamın tipii; II reklamın rolu; III səhifə və ya bütövlükdə nəşrlərdə reklam materialların uyğunlaşması

- √ I, II
- I, II
- III
- II
- I, III

593. Aşağıdakılardan hansı doğrudur?

- √ qavrama mənimsəmə insanın birdəfəlik akt hərəkəti deyildir
- biz biranlığa, bir məqamda görürük
- insanın müəyyən fazalarda görməsi qeyri-mümkündür
- hissiyata yaxın, əlçatan şeylər görünmür
- alınan informasiyaların bütün həcmi eyni zamanda mənimsəməsi mümkündür

594. Bunlardan hansı dizayn nəzəriyyəsi kompozisiyanın vəhdətinin mütləq şərti hesab olunur? I bütün prinsiplər reallaşdırılmalıdır II kompozisiyanın bucaq ölçüləri 30%-dən çox olmamalıdır III eyni zamanda qəbul edilən elementlər və onların qruplarının sayı 7+2 olmalıdır

- √ I, II, III
- I, III
- I, II
- II
- II, III

595. Dizayn nəzəriyyəsi kompozisiyasının vəhdətinin neçə mütləq şərti vardır?

- √ 2
- 4
- 5
- 6
- 3

596. Bu alimlərdən hansı insan gözünün gözəllik qanunları üzrə görməsinin heyranedici xüsusiyyətlərini qeyd edir? I Leon Batus Albertli; II Leonardo da Vinçi; III V.Höte

- √ I
- II
- III
- I, II
- hamısı

597. Aşağıdakılardan hansı Leonara da Vinçiyə məxsusdur?

- √ «Rəngkarlıq haqqında üz kitab»
- rəngkarlıq haqqında traktat
- rəngkarlıq haqqında məqalə
- rəngkarlıq haqqında dram
- «Rəng və reklam»

598. Bu alimlərdən hansı rəngkarlıq haqqında 3 kitab yazmışdır? I Leon Batus Albertli; II Leonardo da Vinçi; III R. Bartes

- √ I
- III
- I, III
- I, II
- II

599. Bu prinsiplərdən hansı kompozisiyaların bütün xarakterik xassələrini birləşdirir?

- bir-birinə bağlılıq
- tabeçilik
- tarazlıq
- mütanasiblik
- √ vəhdətlik

600. İnsanın gözü adətən necə hərəkət edir?

- vəhdətli
- paralel
- √ horizontal
- vertikal
- simmetrik

601. Aşağıdakı mülahizələrdən hansı doğrudur?

- √ balanslaşdırılmış kompozisiya harmonik ola bilməz
- kompozisiyanın tarazlaşmasının ən sadə üsulu materialın horizontal oxa nəzərən simmetrik olmasıdır
- tarazlıq prinsipi fəza oxlarına hərəkət harmonik olur
- balanslaşdırma ilə harmoniklik eyni anlayışdır
- balanslaşdırılmış kompozisiya harmonik ola bilər

602. Nə üçün yerli qəzetlərdə kompozisiyanın harmonikasının mütnasiblik prinsipinə çox az hallarda rast gəlinir?

- √ eyni cins materiallarının bolluğuna görə
- əlamətin ölçüsünün böyük olmasına görə
- müxtəlif fraqmentlərin çoxluğuna görə
- materialların olmamasına görə
- müxtəlif cins materiallarının bolluğuna görə

603. Le Korbuzyenin prinsipi necə olmuşdur?

- əlamətin ölçüsü kimi reklam materialının həcmi çıxış edir
- əlamətin ölçüsü kimi müxtəlif fraqmentlər mühüm rol oynayır
- √ əlamətin ölçüsü kimi uzunluqla en arasında heç bir asılılıq yoxdur
- əlamətin ölçüsü kimi uzunluqla en arasında optimal asılılıq seçilməlidir
- Le Korbuzyenin işlədiyi prinsip «qızıl reklam» adlanır

604. Le Korbüze kim olmuşdur?

- filoloq
- √ alim
- memar
- iqtisadçı
- sosioloq

605. Çox zaman ölçü əlaməti qismində nə çıxış edir?

- mətnin yerləşməsi
- mətnin keqli və həcmi
- √ mətnin keqli və yerləşməsi
- mətnin həcmi
- mətnin keqli

606. Tabeçilik prinsipi nəyə xidmət edir?

- √ qavrama prosesini qaydaya salır
- qavrama prosesini ləngidir
- reklam müraciətinin ölçülərinin uyğunluğunu nəzərdə tutur
- mütənasibliyi təmin edir
- harmonikliyi təmin edir

607. Çap reklamında kompozisiyanın vəhdətinin rolunu nə təmin edir? I şriftin qarnituru və şəkli; II yığım formatı; III dekorativ elementlərin tətbiqi

- I, II, III

- I, III
- √ I
- II
- II, III

608. Kompozisiyanın vəhdəti nəyi təmin edir?

- √ reklamın qavranılması gedişində varisliyi təmin edir
- reklam müraciətinin mətnində elementlərin ölçülərinin uyğunluğunu nəzərdə tutur
- reklamın qavranılmasında hissələrin parçalanmasıdır
- reklamın təkrarında xüsusi rola malikdir
- reklamın qavranılmasında heç bir şeyi təmin etmir

609. Aşağıdakılardan hansı dizayn kompozisiyasının harmonikliyinə təmin edilməsində olan prinsiplərdir? I kompozisiyanın vəhdəti; II vəhdətlik; III tarazlıq; IV mütənasıblıq; V tabeçilik

- II, III, IV, V
- III, IV, V
- I, II, III, IV
- I, III, IV, V
- √ hamısı;

610. Reklam materiallarının strukturunun vəhdəti özündə nələri cəmləşdirir? I materialın daxili quruluşu və xarici əlaqələrinin məqsədəuyğun ifadəliyində əks olunmalı; II kompozisiyanın harmonikliyini təmin etməlidir III xarici əlaqələrinin məqsədəuyğun ifadəliyində əks olunmalı

- I
- III
- √ I, III
- I, II
- II, III

611. Sistemli dizayn metodlarından istifadə olunması nəyə imkan verir? I fəaliyyət sferasının bütün təşkilətilərini nəzərə almağa II funksiyaların yerinə yetirilməsi üçün zəmin edir III fəaliyyət sferasının struktur elementlərini nəzərə almağa

- √ I, II
- I, III
- I
- III
- II, III

612. Aşağıdakılardan hansı reklamın verilmə üsulunun seçilməsini diqtə edir?

- √ dərc olunan materialın məqsədli istiqamətliyi
- nəşrin standart maketlərinin nəzərə alınması ilə işlənmiş orijinal modul cədvəllərin tətbiqi
- verilmiş reklam vasitəsinin xüsusiyyətləri
- kulturoloji aspektlər
- auditoriyanın xarakteri

613. Nəşrin kompozisiya – qrafik modeli və neproduksiyalaşma xarakteri nəyi xarakterizə edir?

- verilmiş reklamın prinsiplərini
- verilmiş reklamın strukturunu
- verilmiş reklamın harmonikliyini
- verilmiş reklamın mövqeliyini
- √ verilmiş reklam vasitələrinin xüsusiyyətlərini

614. Auditoriyanın xarakteri və kulturoloji obyektlər nəyi müəyyənləşdirir?

- √ reklam müraciətlərinin strukturunu
- reklam müraciətinin dizaynını

- reklamın həcmi
- reklamın harmonikliyi
- reklam müraciətlərinin struktur və dizaynını

615. Rəngkarlıq haqqında traktatın müəllifi kimdir?

- ✓ Leonardo da Vinçi
- Leon Batista Alberti
- Le Korbuzye
- R.Cons
- R. Bartes

616. Mətnin keqli və yerləşməsinə nəyə aid etmək olar?

- ✓ reklam müraciətinin ölçülərinin uyğunluğuna
- reklam müraciətinin strukturunun uyğunluğuna
- reklam müraciətinin strukturunun dəyişməsinə]
- qeyd olunan bənlərin hər birinə
- reklam müraciətinin ölçülərinin dəyişməsinə

617. Qavrama prosesinin qaydaya salınması hansı prinsipə daxildir?

- ✓ tabeçilik
- tarazlıq
- kompozisiyanın vəhdəti
- mütənasiblik
- vəhdətlik

618. Yığım formalı və dekorativ elementlərin tətbiqi harada əks olunur?

- ✓ çap reklamında
- sərgilərdə
- dizayn reklamında
- qeyd olunan variantların hər birində
- qəzet reklamında

619. Materialın daxili quruluşu və xarici əlaqələrinin məqsəduyğun ifadəliyində əks olunması ideyası hansı prinsipə daxildir?

- ✓ vəhdətlik
- tarazlıq
- tabeçilik
- bir-birinə bağlılıq
- mütənasiblik

620. Əlamətin ölçüsü kimi uzunluqla en arasında optimal asılılıq seçilmədir mülahizəsi kimə məxsusdur

- ✓ Le Korbuzye
- R.Barte
- R.Cons
- Leonardo da Vinçi
- V.Höte

621. Dizayn kompozisiyanın prinsipləri nəyə xidmət edir?

- ✓ dizayn nəzəriyyəsi kompozisiyanın harmonikliyi təmin edir
- dizayn nəzəriyyəsi kompozisiyanın strukturunu təmin edir
- dizayn nəzəriyyəsinin kompozisiyanın struktur elementlərinin dəyişməsinə səbəb olur
- dizayn nəzəriyyəsinin kompozisiyası ilə heç bir əlaqəsi yoxdur
- dizayn nəzəriyyəsi kompozisiyanın mütənasibliyi təmin edir

622. Reklamda kompozisiyanın neçə Prinsipi fərqləndirirlər?
- √ 5
 - 2
 - 4
 - 3
 - 6
623. Reklamın qavramaması gedişində varisliyin təmin edilməsi hansı prinsipə aiddir?
- √ kompozisiyanın vəhdəti
 - tarazlıq
 - tabeçilik
 - mütənasiblik
 - bir-birinə bağlılıq
624. Resipientdə müsbət emosiyalara səbəb olan və planlaşdırılan nəticəni əldə etmək üçün nələri tətbiq etmək lazımdır?
- √ ölkə reallığının xüsusiyyətlərini
 - reklamın struktur elementlərini
 - reklamın qrafik xüsusiyyətlərini
 - reklamın bütün parametrlərini
 - reklam reallığının xüsusiyyətlərini
625. Qərb tədqiqatçıları tərəfindən işlənmiş reklam bazarının özünəməxsusluğu üçün nə xarakterikdir? I bütün reklam modelləri tam və dolğun istifadə olunur II bütün reklam modelləri tam və dolğun istifadə olunmur III bütün reklamın struktur elementləri tam və dolğun istifadə olunur
- √ II
 - III
 - II, III
 - I, II
 - I
626. Yeni mallar jurnalı neçənci ildə modul cədvəllərini tərtib etmişdir?
- √ 1963
 - 1880
 - 1990
 - 2001
 - 1970
627. Modul cədvəllərində vertikal xətlər nəyi müəyyən edir?
- √ sütunlararası sahələri və boşluqları
 - yalnız boşluqları
 - yalnız sütunlararası sahələri
 - sütun-titul enişlərini
 - sütunun uzunluğunun
628. Kəllə zirvəsi göbək və dartılmış əllərdə barmaqların ucu kim tərəfindən əsas nisbət kimi qəbul olunmuşdur?
- √ Le Korbuzye
 - L. Will
 - B.Drav
 - P. Keinq
 - D. Davkin
629. Modullar sistemi nəyi sübut etmişdir?

- ✓ qızıl kəsik nisbətinin həyat qabiliyyətini və ədədi aktuallığını
- keyfiyyətli reklamın modanı kökündən dəyişə biləcəyini
- Fibonaççi sırasının doğruluğunu
- qızıl kəsik nisbəti anlayışının yanlış olduğunu
- modanın insan həyatında əvəzəlməz rolu olduğunu

630. Dövrü nəşrlər, firma stili, işgüzar sənədlər və reklam nəyi təşkil edir?

- ✓ modul sisteminin
- ölçü sistemini
- keyfiyyəti
- firma stilini
- konstruksiyanı

631. Layihələndirmənin inkişafı neçənci əsrə təsadüf edir?

- ✓ XX əsrin II yarısı
- XIX əsrin birinci yarısı
- XXI əsr
- XVIII əsr
- XIX əsr

632. Ən mürəkkəb modul cədvəllərinə harada rast gəlmək mümkündür?

- ✓ Alan Xerlbertin «cədvəllər» kitabında
- böyük həcmli mətnlərdə
- sütun formatları olan modul cədvəllərində
- universal modul sistemində
- istənilən qəzet və jurnallarda

633. Qrafiki icra təsvirinə görə modul cədvəlinin neçə növü vardır?

- ✓ 2
- 4
- 5
- 6
- 3

634. Firma stili elementlərinin mütnasibliyinin universal sistemi və poliqrəfik və sifarişçinin nümayəndəlik məhsulunun bütün mümkün növlərinin tərtibat sistemi modul cədvəlinin hansı növüdür?

- ✓ ən mürəkkəb növü
- ən sadə növü
- qarışıq növ
- maket növ
- qrafik növ

635. Modul cədvəllərinin ilk obyektlərindən biri nə olmuşdur?

- ✓ mürəkkəb insan sistemləri və firma stili
- sadə və mürəkkəb cədvəllər
- elementlər və təsvirlər
- heç biri
- qrafik sistemləri

636. Qrafik sistem nədən ibarət ola bilər?

- ✓ az miqdar struktur elementləri və aşkar üstünlüyə malik eyni tipli mətn materiallarından
- həcmcə böyük və daha parlaq mətn və illüstrasiyalardan
- firma rənglərinin istifadə olunduğu layihələndirilən nəşrlərdən

- format və kompozisiya həllərinin üzvi müttənəsibliyi əsas götürülən və layihələndirilən nəşrlərdən
 - modul cədvəlindən və sadə element birləşmələrindən
- 637.** Modul cədvəlinin hansı növü reklam-poliqrafik məhsulların dizaynında və materialların sonrakı yerləşmələrində qrafik sistem kimi istifadə olunur?
- vizual-maket
 - ✓ blank-maket
 - sadə-maket
 - komponentləşdirilmiş maket
 - standart maket
- 638.** Modul cədvəlinin daha çox rast gəlinən və kifayət qədər sadə variantı hansıdır?
- ✓ blank-maket
 - standart maket
 - qrafik-maket
 - kompozisiya maket
 - sadə maket
- 639.** Əsas bölmə və rubrikaların adlarının qrafik həllərini, səhifələrdə onların ölçülərini və yerləşməsini reqlamentləşdirən nədir?
- ✓ maket
 - qrafik
 - xətlər
 - təsvir
 - kompozisiya
- 640.** Nəşrin loqotipi ilə sütun – titul və sütun – rəqəmlər arasında nisbət asılılığını nə müəyyən edir?
- ✓ maket
 - qrafik
 - xətlər
 - təsvirlər
 - kompozisiya
- 641.** Struktur elementlərinin yerləşməsini müəyyən ölçü stereotipləri kimi möhkəmləndirmək nəyin əsas məqsədidir?
- ✓ daha mürəkkəb modul cədvəlinin
 - dizaynın
 - reklamın
 - heç biri
 - kompozisiyanın
- 642.** Reklamın tam səhifədə formatları necədir?
- ✓ $1/2$; $1/4$; $1/8$; $1/16$
 - $2/3$; $2/5$; $2/7$; $2/9$
 - $3/5$; $3/7$; $3/10$; $3/11$
 - $1/5$; $1/10$; $1/15$; $1/17$
 - $1/16$; $1/17$; $1/18$
- 643.** Kağızın dünya standartını kim təklif etmişdir?
- ✓ T.Ostvald
 - D. Davkin
 - R. Holl
 - B. Bill
 - P. Keniq

644. Müstəqil element kimi modul cədvəlinin təhlili verilən kataloq hansıdır?
- sığorta işləri
 - element reklamı
 - komponent birliyi
 - ✓ «Firma stili»
 - Bank işləri
645. Neçənci ildə MENATEP Bankı Firma stili adlı metodik rəhbərlik nəşr etdi?
- 1890
 - ✓ 1997
 - 1960
 - 2001
 - 1988
646. Reklamda firma stili adlı metodik tövsiyələri hansı təşkilat buraxmışdır?
- TSAKO
 - «FBM»
 - «BLANK»
 - ✓ ASKO Səhmdar sığorta şirkəti
 - MENATEP
647. Dizayn fəaliyyətinin mütləq təşkiliedicisi nədir?
- sənəd
 - ✓ layihələndirmə
 - firma
 - reklam
 - dizayn
648. Bu və ya digər komponentin imkanlarını əyani nümayiş etdirən çoxsaylı illustrasiyalara malik olan nədir?
- təsvir
 - ✓ kataloq
 - kompazisiya
 - qrafik
 - cədvəl
649. Firma stili proqramı adlı vəsait hansı bütün tərəfindən hazırlanmışdır?
- «BLANK»
 - ✓ «Selxozpromeksport»
 - «ASKO»
 - «MENATEP»
 - «Piktoqramm»
650. Cədvəllərdə səhifələrin tipik, sxemləri əsasında nəşrin qrafik siyasətini müəyyən edən nədir?
- horizontal xətlər
 - qrafiklər
 - ✓ maket-standartlar
 - təsvirlər
 - vertikal xətlər
651. Modul cədvəllərində yuxarı və aşağı boş sahələri; sütun-titul və sistem-rəqəm və enişləri təyin edən nədir?
- paralel xətlər
 - heç biri

- düz xətlər
- kəşif xətlər
- ✓ horizontal xətlər

652. Modul cədvəllərində yığımda sütunların sahələri və başlıqları müəyyən edən nədir?

- paralel xətlər
- düz xətlər
- ✓ vertikal xətlər
- horizontal xətlər
- kəşif xətlər

653. Modul cədvəlləri primitiv əsaslarla necə istifadə olunur?

- kvadrat tənlik şəklində
- yuxarıdan aşağıya doğru
- ✓ blank-maketlər şəklində
- istifadə olunmur
- sağdan-sola doğru

654. Keçmiş SSRİ-də ilk dəfə modul cədvəlləri harada istifadə olunmuşdur?

- reklam pannolarında
- inşaatda
- ✓ jurnallarda
- kitablarda
- oyuncaqlarda

655. İnsan bədəninin ölçüləri əsasında qurulmuş riyazi nisbətənin sırasını Le Korbuzye harada tətbiq etmişdir?

- ✓ arxitektura və qrafiki dizaynda
- ali riyaziyyat
- yalnız arxitekturada
- həndəsədə
- inşaatda

656. Əsas nisbət kimi insan bədəninin ölçüləri nisbətini götürən alim kimdir?

- ✓ Le Korbuzye
- B. Drav
- D. Will
- P. Keinq
- D. Davkin

657. Le Korbuzye nəyi əsas nisbət kimi götürmüşdür?

- üçbucağın sahəsini
- trapesiyasının oturacaqlarının uzunluğunu
- ✓ insan bədəninin ölçülərini
- kvadratın perimetrini
- universal sistemi

658. Qızıl kəsik nisbətənin həyat qabiliyyəti və ədədi aktuallığını sübut edən sistem hansıdır?

- qrafik sistemi
- ölçü sistemi
- cədvəl sistemi
- sənəd sistemi
- ✓ «Modullar» sistemi

659. Əksər müasir cədvəllərin konstruksiya sistemlərinin əsasında duran Modullar universal sisteminin yaradıcısı kimdir?

- D. Will
- B. Drav
- ✓ Le Korbuzye
- D. Davkin
- P. Keniy

660. Modul cədvəlinin quruluşunda nə əks götürülür?

- ✓ müəyyən mütənasiblik həlli
- modul sistem
- firma stili
- ölçü sistemi
- konstruksiya

661. Modul sisteminə aşağıdakılardan hansı daxildir?

- ✓ dövrü nəşrlər, firma, stili, işgüzar sənəd, reklam
- yalnız dövrü nəşrlər və firma stili
- ölçü sistemi, konstruksiya, reklam
- konstruksiya, keyfiyyət, kəmiyyət, dizayn
- modul cədvəli, nisbət, ölçü sistemi

662. Mürəkkəb işarə sistemlərinin və əsas struktur elementlərinin mütənasib və fəza uyğunluqları nisbəti ilə yerləşdirilməsini nə müəyyən edir?

- keyfiyyət
- sistem
- cədvəl
- ✓ modul sistemi
- konstruksiya

663. Reklamda məna kompozisiyalarının qurulması zamanı xüsusi əhəmiyyət kəsb edən ən vacib bədii vasitələr hansılardır?

- ✓ simmetriya və asimmetriya, mütənasiblik, ritm, kontrast və nüans
- yalnız simmetriya və asimmetriya
- faktura, model, harmonik bütövlük, təsvir uyğunluğu, ritm, nüans
- xaos, qaydalı görünüş, estetika dizayn, kompozisiya, element
- poetika, statistika, simmetriya və asimmetriya, material

664. Kompozisiya elementlərinin harmonik əlaqələrinin reallaşdırılmasının bədii vasitələrinə hansılar aiddir?1) simmetriya və asimmetriya 2) nisbət və miqyas 3) dinamika və statistika 4) faktura və rəng 5) material və konstruksiya

- ✓ hamısı
- 1 və 5
- 1,2,5
- 1,3,4,5
- 2,3,5

665. Materialın hər hansı təşkilində, xaosda, dağınıqlığında belə qaydalı görünüş yaranan və bununla da qavrama prosesini yüngülləşdirən və sürətləndirən nədir?

- təsvir
- obraz
- ✓ simmetriya
- asimmetriya
- nüans

666. Hansı kompozisiyanın harmonikləşdirilməsi vasitələrindən çap realamında ən çox işlənən bədii vasitədir cümləsini tamamlayın

- nüans
- təsvir
- obraz
- √ simmetriya
- ritm