

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером в академическом журнале. Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

### Вариант № 1

1. К какому периоду можно отнести возникновение дизайна как профессиональной индустрии?
2. Что служит побуждающим началом функционирования дизайн-системы «Реклама»?

### Вариант № 2

1. История возникновения и развития рекламы в России и за рубежом.
2. На каком этапе происходит определение проблемы и задачи рекламного обращения?

### Вариант №3

1. На основе чего строится креативный процесс?
2. Каким образом имидж влияет на дизайн рекламного обращения в прессе?

### Вариант №4

1. Что такое брэнд? Каковы основные этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях его существования?
2. Что является обязательным условием функционирования товарного знака?

### Вариант №5

1. Какое средство гармонизации композиции по-могает сразу выделить ее смысловой центр? В чем заключаются условия единства композиции в дизайн? От каких признаков элементов зависит уравновешенность композиции?
2. Какой фактор является определяющим при эмоциональном восприятии цвета?

### Вариант №6

1. Какие структурные элементы рекламного обращения в газете способствуют переводу непроизвольного внимания реципиента в осознанное?
2. Чем определяется место заголовка в реклам-ном обращении, опубликованном в газете или журнале? Какой фактор в большей степени влияет на запоминаемость рекламного обращения в прессе?

### Вариант №7

1. В чем заключается вклад Джея Хэмбиджа в художественное конструирование?
2. Что собой представляет модульная сетка?

### Вариант №8

1. Что представляет собой прямоугольник золото-го сечения?
2. Что определяет выбор оптимального способа печати?

### Вариант №9

1. Базовая триада цветоделения.
2. Чем определяется выбор гарнитуры шрифта в рекламном обращении?

**Вариант №10**

1. Компьютерные цветовые модели.
2. Что необходимо для изготовления высококачественных этикеток, контрэтикеток, кольереток и упаковок со сложной конфигурацией?

**Вариант №11**

1. Каковы основные принципы и приемы оформления выставок и презентаций?
2. Какие методы оценки характеристик наружной рекламы вам известны?

**Вариант №12**

1. Каковы основные характеристики и свойства материалов, применяемых в наружной рекламе в настоящее время?
2. Какие основные источники света используются в рекламе в настоящее время?

**Вариант №13**

1. Каковы основные виды рекламоносителей в интернете?
2. Каковы основные ценовые модели размещения рекламы в интернете?