

АНО СПО «БИРСКООПТЕХНИКУМ»

**ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Специальность: 42.02.01 Реклама

Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля ПМ. 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ предназначены для закрепления теоретических знаний по программе профессионального ПМ. 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ составлены в соответствии с учебным планом и рабочей программой профессионального модуля по специальности (профессии) среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: АНО СПО «БИРСККООПТЕХНИКУМ»

Составитель: Попова Л.Ф.
Гайтанова Д.Д.

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума
Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.
Председатель Методсовета [подпись] /Лутфулина А.А./

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Протокол № 5 от «29» 06 2018 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

ВХОДНОЙ КОНТРОЛЬ

Тест по МДК 02.01

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

- 1.Календарик, ручка, блокнот с логотипов компании относится к
 - а) сувенирной рекламной продукции
 - б) полиграфии
 - в) наружной рекламе
- 2.Что такое тампопечать?
 - а) тиснение изображений на обложки и изделия из кожи, бумаги или картона
 - б) нанесения рекламных изображений на гладкие пластиковые и керамические поверхности
 - в) способ нанесения изображения на вещи для частого употребления
- 3.Визуальный образ будущей рекламной конструкции:
 - а) логотип
 - б) картография
 - в) проект-эскиз
- 4.Какой документ должна иметь каждая рекламная вывеска?
 - а) полис
 - б) паспорт
 - в) инн
- 5.В каком веке появились первые рекламные вывески?
 - а) 19
 - б) 17
 - в) 15

Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-б, 5-а

Тест по МДК 02.02

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;

оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

1. Световой короб - это

- а) светотехническое изделие, которое представляет собой объемную конструкцию с лицевой поверхностью из транслюцентного материала (пропускающего свет), с боковинами и тыльной (задней) поверхностью из металла или пластика ПВХ (поливинилхлорида)
- б) виниловое полотно, изображение на которое наносится с использованием полноцветной широкоформатной печати или самоклеющимися пленками ПВХ
- в) щит большого размера для размещения наружной рекламы, устанавливаемый вдоль трасс, улиц

2. Какое название также носят световые короба?

- а) банер
- б) лайтбокс
- в) скетчбокс

3. По расположению рекламных поверхностей на самом световом коробе лайтбоксы делятся на

- а) наружные и интерьерные (сверхтонкие)
- б) односторонние и двухсторонние
- в) напольные и подвесные

4. Из какого материала чаще всего изготавливаются световые короба?

- а) оцинкованная сталь
- б) бумага
- в) ткань

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а

Тест по МДК 02.03

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1. внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2. время выполнения 3 мин.
- 3. тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4. укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5. задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

1. Предметы, основное назначение которых напоминать о каком-либо событии или месте.

- а) сувениры
- б) подарки
- в) открытки

2. Что такое фирменный стиль?

- а) набор словесных и визуальных констант, обеспечивающих единство восприятия товаров, услуг, информации, исходящих от фирмы или торговой марки к потребителю

- б) графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме
- в) электронный документ состоящий из векторных линий и содержащий чертежи изделия в пропорциях оригинала

3. Что такое СМΥК?

- а) графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме
- б) четырехцветная схема формирования цвета, используемая прежде всего в полиграфии для стандартной триадной печати полноцветных изображений.
- в) графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме

4. Что относится к промо-сувенирам?

- а) фирменные корпоративные футболки
- б) ручки, значки, календарики
- в) дорогостоящий подарок с логотипом компании

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б

Тест по МДК 02.04

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

1.Рисованный типаж или образ, олицетворяющий рекламный символ компании и отражающий суть ее миссии

- а) логотип
- б) фирменный герой
- в) бренд

2.В переводе с английского языка слово «дизайн» означает

- а) проектировать
- б) чертить
- в) планировать

3. Можно ли изменять пропорции, расположение элементов логотипа, или его наклон

- а) да
- б) нет
- в) в исключительных случаях можно

4.Основные типы логотипов

- а) графические, изобразительные
- б) словесные, комбинированные

- в) фирменные, текстовые
5. Основным методом дизайна является
- а) практико-ориентированный метод
- б) метод модификации жизненного пространства
- в) метод художественно-образного моделирования объекта
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-б, 4-а, 5-в

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

Тема 1.1

Обзор, анализ и выполнение проекта рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №1 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания

- 1.Графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях (АЗС)- это
 - а) наружная реклама
 - б) полиграфия
 - в) реклама в СМИ
- 2.Является ли вывеска магазина элементов наружной рекламы?
 - а) да, является
 - б)нет, не является
 - в)является при условии, что ее размер будет не менее 1,5 на 2 метра
- 3.Какой размер наиболее популярен среди рекламных щитов?
 - а) 6 на 3 метра
 - б)15 на 25 метров
 - в)100 на 50 метров
- 4.Что означает понятие «сторона А» в рекламном щите?
 - а) изображение против хода движения
 - б) изображение по ходу движения
 - в) обращена к той части территории, где её могут видеть потенциальные клиенты
- 5.Как называется стандартный рекламный щит 3 на 6 метра?

- а) билборд
- б) пиллар
- в) ситиборд

Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-а

Тема 1.2

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №2

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания

1. Должна ли вывеска пройти обязательную регистрацию в муниципальных организациях города?

- а) должна
- б) не должна
- в) должна, если ее размер превышает 10 квадратных метров

2. Носители рекламных сообщений, имеющие постоянное место размещения-это

- а) временные
- б) стационарные
- в) локальные

3. Остекленная часть фасадов зданий, предназначенная для информации о товарах и услугах-это

- а) настенные панно
- б) кронштейны
- в) витрины

4. Козырьки и навесы с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений-это

- а) маркизы
- б) штендеры
- в) носимые рекламные конструкции

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а.

Тема 1.3

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №3

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Главная задача наружной рекламы:

- а) напоминать потребителям о фирмах или товарах, о которых они уже знают, или указывать потенциальным покупателям на места, где они могут совершить необходимые им покупки либо получить соответствующее обслуживание
- б) распространять новости
- в) подробно описывать продукт, новинки, функционал, выгодные предложения, координаты компании

2. Для рекламы в ночное и вечернее время используются

- а) световые вывески
- б) штендеры
- в) билборды

3. Что такое брандмаузер?

- а) выкладка товара, загороженная от потребителей прозрачной перегородкой
- б) дорожная или уличная щитовая реклама

- в) настенный щит
4. Главные требования к наружной рекламе:
- а) максимум информации, подробное описание товара, услуги
 - б) вычурные шрифты, разнообразие цветов и оттенков
 - в) простота шрифта, изображения, минимум информации
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-в

Тема 1.4

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы

Самостоятельная аудиторная работа №4

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Фактор эффективности наружной рекламы:
- а) поток проходящей мимо аудитории
 - б) близость расположения к метро и крупным магистралям и центральным улицам
 - в) оба варианта верны
2. Сколько слов рекомендуется использовать максимум в дизайне рекламного щита?
- а) не более 50
 - б) не более 7
 - в) не более 2
3. Подход «паутина» в размещении наружной рекламы представляет собой:
- а) щиты располагающиеся вокруг рекламируемого объекта
 - б) носители располагающиеся вдоль оживленных городских улиц
 - в) носители рекламы размещаются по несколько штук в наиболее посещаемых местах города, вблизи площадей, пересечения дорог
4. Конструкция с объемным макетом продукта-это
- а) навесные элементы
 - б) объемные каркасы
 - в)двигающиеся элементы
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-а, 4-в

Тема 1.5

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы

Самостоятельная аудиторная работа №5

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Брендинг частного транспорта это:
- а) размещение рекламы на автомобилях
 - б) размещение рекламы в метро
 - в) размещение рекламы на автобусах
2. Органично встроенный в архитектурный облик здания дисплей произвольного размера и формы (с возможностью трансляции медиаданных — текстовых сообщений, графики, анимации и видео) на его поверхности, который устанавливается на наружной или внутренней (для прозрачных фасадов) части здания-это
- а) билборд
 - б) вывеска
 - в) медиафасад
3. Рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся **призм**, может изменяться
- а) призматрон

- б) суперсайт
 - в) флаговая композиция
 - 4. Каменная, мраморная, гранитная или деревянная плита (или столб) с высеченными на ней текстами или изображениями
 - а) панель-кронштейн
 - б) стелла
 - в) видеоэкран
 - 5. Вид уличной рекламы, длинная тканевая полоса, растягиваемая на тросах над проезжей частью
 - а) перетяжка
 - б) вывеска
 - в) рекламный щит
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-в, 5-а

Тема 1.6

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №6

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Перетяжка изготавливается из:
 - а) тканевого материала
 - б) металлического материала
 - в) дерева
 2. Из какого языка в Россию пришел термин «маркиза»?
 - а) немецкий
 - б) греческий
 - в) французский
 3. Светотехническое изделие, которое представляет собой объемную конструкцию с лицевой поверхностью из translucentного материала (пропускающего свет), с боковинами и тыльной (задней) поверхностью из металла или пластика ПВХ (поливинилхлорида)
 - а) световой короб
 - б) маркиза
 - в) перетяжка
 4. Остановочный павильон:
 - а) отдельно стоящий световой короб
 - б) устанавливается в павильоне ожидания общественного транспорта
 - в) устанавливается вблизи отелей, ресторанов и кафе
 5. Тумба с двумя либо тремя рекламными изображениями размером 3 м в высоту и 1,4 м в ширину это
 - а) пиллар
 - б) видеоэкран
 - в) банер
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-а, 5-а

Тема 1.7

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №7

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Транзитная реклама может быть расположена:
 - а) только на внутренней части транспорта

- б) только на внешней части транспорта
 - в) оба варианта уместны
- 2.Что означает термин «живая реклама»?
- а) динамичная реклама, видеоролики, анимация
 - б) реклама в парках, зонах отдыха
 - в) реклама, носителем которой является человек
- 3.Что такое пневмофигура?
- а) надувная конструкция в виде фигуры любой формы
 - б) лицо рекламной кампании
 - в) конструкция из твердого материала (камень, металл)
- 4.Что такое штендер?
- а) графический блок рекламного характера
 - б) выносная мобильная конструкция наружной рекламы, имеющие одну или две рекламные поверхности
 - в) рабочее место промоутера
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.8

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №8

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.В какой стране впервые использовался билборд?
- а) Россия
 - б) Япония
 - в) США
- 2.Где может располагаться вывеска?
- а) по месту расположения предприятия
 - б) в любой точке города
 - в) в районе удаленности не более 1 км от места нахождения предприятия
- 3.В чем главное отличие лайтбокса от остальных видов наружной рекламы?
- а) в размерах
 - б) в том, что лайтбокс подсвечивается изнутри
 - в) в том, что лайтбокс может размещаться только на городском транспорте
- 4.Стикер- это
- а) рекламная наклейка
 - б) разновидность визитки
 - в) растяжка между зданиями
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 1.9

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №9

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Главное отличие штендера от других видов наружной рекламы
- а) его можно перенести
 - б) он всегда подсвечивается изнутри
 - в) он устанавливается в основном на крышах зданий
- 2.Лицо, которое принимает окончательное решение по возможности или невозможности размещения наружной рекламы в городе
- а) мер

- б) архитектор
 - в) инспектор
3. Рекламная конструкция, предназначенная для воспроизведения изображения на плоскости экрана за счет светоизлучения светодиодов, ламп, иных источников света или светоотражающих элементов это
- а) электронное табло
 - б) крышная установка
 - в) маркиза
4. Имеет ли право размещение рекламной конструкции на фасаде объекта культурного наследия
- а) да, имеет
 - б) нет, не имеет
 - в) имеет, при согласовании с архитектором города
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б

Тема 1.10

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы

Самостоятельная аудиторная работа №10

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Может ли реклама размещаться на знаке дорожного движения?
- а) может
 - б) не может
 - в) может при согласовании с органами власти
2. Могут ли билборды размещаться на скоростных магистралях?
- а) могут
 - б) не могут
 - в) могут при согласовании с органами власти
3. У каждого билборда есть:
- а) адрес
 - б) номер телефона
 - в) аккаунт в социальных сетях
4. Как называется человек, который устанавливает уличную рекламу на зданиях?
- а) промышленный альпинист
 - б) промышленный филателист
 - в) промышленный акробат
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-а

Тема 1.11

Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы

Самостоятельная аудиторная работа №11

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой вид наружной рекламы не подлежит регистрации?
- а) информация о предстоящем концерте
 - б) информация предприятий общественного питания
 - в) информация о скидках и акциях
2. Какое действие нужно совершить рекламщику в первую очередь, чтоб установить новый билборд в городе?
- а) согласовать рекламную конструкцию лично или через городскую администрацию с комитетом благоустройства города и архитектурной службой.
 - б) Подписать договор с владельцем недвижимости, где будет размещена реклама.

- в) Оплатить госпошлину
3. Может ли настенное рекламное панно закрывать окна здания?
- а) может
- б) не может
- в) может при согласовании с органами власти
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-б,

Тема 1.12

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №12

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Световой короб- это
- а) светотехническое изделие, которое представляет собой объемную конструкцию с лицевой поверхностью из translucentного материала (пропускающего свет), с боковинами и тыльной (задней) поверхностью из металла или пластика ПВХ (поливинилхлорида)
- б) виниловое полотно, изображение на которое наносится с использованием полноцветной широкоформатной печати или самоклеющимися пленками ПВХ
- в) щит большого размера для размещения наружной рекламы, устанавливаемый вдоль трасс, улиц
2. Какое название также носят световые короба?
- а) банер
- б) лайтбокс
- в) скетчбокс
3. По расположению рекламных поверхностей на самом световом коробе лайтбоксы делятся на
- а) наружные и интерьерные (сверхтонкие)
- б) односторонние и двухсторонние
- в) Напольные и подвесные
4. Из какого материала чаще всего изготавливаются световые короба?
- а) оцинкованная сталь
- б) бумага
- в) ткань
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.13

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №13

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Из чего изготавливаются задние стенки объемных букв?
- а) пластик
- б) металл
- в) бумага
2. Где чаще всего можно встретить объемные буквы?
- а) на вывесках и фасадах предприятий
- б) в транспортной рекламе
- в) в полиграфии
3. В каком году Жан Клод открыл неон?

- а) 1898
- б) 2012
- в) 1675

4. В каких годах неоновая реклама впервые появилась в СССР?

- а) 1980-х
- б) 2000-х
- в) 1950-х

Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-а

Тема 1.14

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №14

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В каком году была запатентована первая неоновая вывеска?

- а) 2000
- б) 1915
- в) 1430

2. Какое состояние имеет неон?

- а) твердое
- б) жидкое
- в) газообразное

3. В какой стране был впервые использован неон в освещении?

- а) Франция
- б) Италия
- в) Россия

4. По какому признаку информационные стенды делятся на презентационные и рекламные?

- а) по наполнению
- б) по способу размещения информации
- в) по основанию стенда

Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 1.15

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №15

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что является принципом использования знаков визуальной информации в производственной среде?

- а) графические символы на знаках и информационных указателях должны давать понятное изображение тех предметов и явлений, которые они отождествляют
- б) знаки должны быть лаконичны и заметны с большого расстояния
- в) оба варианта верны

2. Какое количество цветов рекомендуется использовать в создании дизайна плаката?

- а) 2-3
- б) 10-15
- в) 1

3. Расположение материала в шахматном порядке - чередование цветowych и печатных плоскостей является принципом:

- а) симметричности стенда
- б) асимметричности стенда
- в) ярко выраженной линией горизонта

Ответы: 1-в, 2-а, 3-б

Тема 1.16

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №16

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1.Какой товар впервые был продемонстрирован на щитовой рекламе в США?

- а) шоколад
- б) автомобиль
- в) пена для бритья

2.Какое время коммуникации принято выделять в наружной рекламе?

- а) 7 секунд
- б) 3 минуты
- в) 1 час

3.На какие рекламные кампании рассчитана наружная реклама?

- а) краткосрочные
- б) долгосрочные
- в) оба варианта уместны

Ответы: 1-в, 2-а, 3-а

Тема 1.17

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №17

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1.По месту размещения транспортная реклама делится на:

- а) наружную, внутрисалонную
- б) звуковую, графическую
- в) динамичную, статичную

2.Можно ли размещать рекламу на съеме метро?

- а) можно
- б) нельзя

3.Можно ли посредством транспортной рекламы рекламировать алкогольную и табачную продукцию?

- а) можно
- б) нельзя
- в) можно при оплате госпошлины

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б

Тема 1.18

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Самостоятельная аудиторная работа №18

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1.Крышные установки относятся к

- а) наружной рекламе

- б) рекламе в СМИ
- в) интернет-рекламе

2. При установке крышной рекламной конструкции на двухэтажное здание, необходимо помнить о том, что высота рекламной конструкции не должна превышать:

- а) 50 м
- б) 800 мм
- в) 150 см

3. На подготовительном этапе установки рекламной крышной конструкции

- а) решается вопрос о месте установки, внешнем виде, габаритных размерах крышной рекламной конструкции
- б) оформление документации
- в) монтаж конструкции

Ответы: 1-а, 2-б, 3-а

Тема 1.19

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Практическое занятие №1

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 1.20

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Практическое занятие №2

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 1.21

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Практическое занятие №3

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 1.22

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Практическое занятие №4

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 1.23

Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама.

Практическое занятие №5

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 1.24**

**Технология создания наружной рекламы
Самостоятельная аудиторная работа №19**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Бренд в переводе с латинского означает
 - а) клеймо
 - б) знак
 - в) удача
 2. Для изготовления сувенирной и рекламной продукции следует использовать
 - а) стандартные шрифты с засечками
 - б) фирменные шрифты
 - в) любые шрифты
 3. Какие основные элементы входят в понятие «фирменный стиль»
 - а) организационная структура предприятия
 - б) логотип, товарный знак
 - в) психология зрительного восприятия дизайн объекта
 4. Может ли одежда сотрудников быть частью корпоративного стиля фирмы
 - а) да
 - б) нет
 - в) не имеет значения
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.25

**Технология создания наружной рекламы
Самостоятельная аудиторная работа №20**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Рисованный типаж или образ, олицетворяющий рекламный символ компании и отражающий суть ее миссии
 - а) логотип
 - б) фирменный герой
 - в) бренд
2. В переводе с английского языка слово «дизайн» означает
 - а) проектировать
 - б) чертить
 - в) планировать
3. Можно ли изменять пропорции, расположение элементов логотипа, или его наклон
 - а) да
 - б) нет
 - в) в исключительных случаях можно
4. Основные типы логотипов
 - а) графические, изобразительные
 - б) словесные, комбинированные
 - в) фирменные, текстовые
5. Основным методом дизайна является
 - а) практико-ориентированный метод
 - б) метод модификации жизненного пространства
 - в) метод художественно-образного моделирования объекта

Ответы: 1-б, 2-а, 3-б, 4-а, 5-в

Тема 1.26

Технология создания наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №21

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Основными носителями фирменного стиля являются
 - а) элементы делопроизводства
 - б) сувенирная реклама
 - в) элементы бухгалтерской отчетности
 2. Основная цель деятельности дизайнера в рамках практической деятельности организации
 - а) формирование в общественном сознании общего представления о деятельности организации
 - б) формирование в сознании отдельных личностей позитивное отношение к руководству компании
 - в) формирование в общественном сознании визуальной идентичности компании 37 и бренда
 3. Девиз компании это
 - а) текст отражающий смысл рекламной компании
 - б) фраза в стихотворной фразы для компании
 - в) легко запоминающейся фразы, передающей принципы и/или стратегию компании
 4. Ощущение довольства или чувство разочарования, возникающее у человека, сравнивающего свои предварительные ожидания и реальные качества приобретенного товара, называется
 - а) нужда
 - б) потребность
 - в) удовлетворение
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-в, 4-в

Тема 1.27

Технология создания наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №22

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Ребрендинг – это
 - а) дифференциация бренда (усиление его уникальности)
 - б) комплекс мероприятий по изменению всего бренда, либо его составляющих
 - в) увеличение целевой аудитории бренда (привлечение новых потребителей)
2. Продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренд (т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется
 - а) местным брендом
 - б) глобальным брендом
 - в) популярным брендом
3. Объект интеллектуальной собственности, актив компании, который позволяет ей выделить свой продукт среди аналогов, а также является средством повышения прибыльности компании, – это
 - а) бизнес-план
 - б) торговая марка

- в) маркетинг
 - 4. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров
 - а) наружная реклама
 - б) e-mail рассылка
 - в) подарочные изделия
 - 5. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев – это
 - а) фирменные упаковочные материалы
 - б) подарочные изделия
 - в) корпоративные сувенирные изделия
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-б, 4-а, 5-в

Тема 1.28

Технология создания наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №23

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Листовой рекламный носитель это
 - а) постер
 - б) плакат
 - в) афиша
 2. Верстка это
 - а) работа с текстовым материалом
 - б) исправление орфографических ошибок
 - в) распределение и оформление текста в макете
 3. Особенность растровой графики
 - а) изображения с использованием цветных точек, называемых пикселями, расположенных на сетке
 - б) изображения с использованием линейной графики
 - в) изображения, которые нельзя изменить в размере
 4. Расположение графических и текстовых объектов – это
 - а) композиция
 - б) организация
 - в) кернинг
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а,

Тема 1.29

Технология создания наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №24

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Композиция это:
 - а) составление частей в единое целое
 - б) шрифтовое изображение
 - в) иллюстрация
2. Главным элементом шрифтового плаката является
 - а) иллюстрация
 - б) шрифт
 - в) заголовки
3. Флаговое расположение строк в шрифтовом плакате относится к
 - а) динамичной композиции
 - б) симметричной композиции

- в) статичной композиции
 - 4. Доминанта в изображении это
 - а) рисунки образцов природы
 - б) трансформация изображения
 - в) преобладание в композиции
 - 5. В три раза лучше запоминаются заголовки рекламных текстов
 - а) содержащие менее шести слов
 - б) связанные по смыслу
 - в) в стихотворной форме
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 1.30

Технология создания наружной рекламы Самостоятельная аудиторная работа №25

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. По технике воспроизведения плакаты бывают:
 - а) печатные, трафаретные
 - б) световые, объемные
 - в) текстурные, гладкие
 2. Малоформатное нефальцованное или односгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом
 - а) листовка
 - б) буклет
 - в) плакат
 3. Векторный способ кодирования изображения это
 - а) представление изображения в виде простых геометрических фигур
 - б) представление изображения в компьютере в виде физических формул
 - в) представление изображения в компьютере в виде множества точек
 4. Художественное средство, благодаря которому достигается графическое оформление печатного текста посредством набора и верстки называется
 - а) графика
 - б) шрифт
 - в) типографика
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-в

Тема 1.31

Технология создания наружной рекламы Практическое занятие №6

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.32

Технология создания наружной рекламы Практическое занятие №7

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.33

Технология создания наружной рекламы Практическое занятие №8

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.34

**Технология создания наружной рекламы
Практическое занятие №9**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.35

**Технология создания наружной рекламы
Практическое занятие №10**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.36

**Технология создания наружной рекламы
Практическое занятие №11**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.37

**Оформление рекламного информационного стенда
Самостоятельная аудиторная работа №26**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Эскиз это

- а) рисунок художника
- б) художественное воплощение замыслов дизайнера
- в) зарисовка будущего изделия

2. Большинство фирм предпочитают использовать в фирменном стиле не более

- а) 3 цветов
- б) 1 цвета
- в) 10 цветов

3. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются:

- а) хроматическими
- б) ахроматическими
- в) бесцветными

4. Основной принцип формообразования в дизайне заключается:

- а) в эстетике
- б) в композиции
- в) в образе

Ответы: 1-в, 2-а, 3-а, 4-б

Тема 1.38

**Оформление рекламного информационного стенда
Самостоятельная аудиторная работа №27**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Дизайн – это:

- а) художественное конструирование
- б) принцип сочетания удобства, экономичности и красоты
- в) вид художественной деятельности, проектирование промышленных изделий, обладающих эстетическими свойствами

2. Могут ли билборды размещаться на скоростных магистралях?

- а) могут
- б) не могут
- в) могут при согласовании с органами власти

4. Имеет ли право размещение рекламной конструкции на фасаде объекта культурного наследия

- а) да, имеет
- б) нет, не имеет
- в) имеет, при согласовании с архитектором города

5. В каком веке появились первые рекламные вывески?

- а) 19
- б) 17
- в) 15

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 1.39

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №12

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.40

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №13

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.41

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №14

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.42

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №15

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.43

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №16

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 1.44

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №17

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 1.45

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №18

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 1.46

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №19

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 1.47

Оформление рекламного информационного стенда

Практическое занятие №20

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 1.48

Виды принтеров

Самостоятельная аудиторная работа №28

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое принтер?

- а) печатающее устройство, подключаемое к компьютеру
- б) устройство, которое используется для перевода изображений выбранной поверхности в цифровой вид
- в) деталь копировального устройства токарного, фрезерного или др. станков, имеющая заданный профиль, соответствующий профилю

2. Вид принтера, при котором требуемое изображение воспроизводится из набора отдельных точек, наносимых на бумагу

- а) струйный
- б) матричный
- в) пьезопластинный

3. Что представляет из себя фоторецептор?

- а) электромеханический преобразователь, изготавливаемый из пьезоэлектрических материалов, определенной формы и ориентации
- б) фотоматериал на гибкой полимерной подложке, предназначенный для различных видов фотографии
- в) специальный материал (обычно это селен), нанесенный на металлическую основу. Обычно он выполняется в виде вала, поэтому иногда его называют барабан

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в

Тема 1.49
Виды принтеров
Самостоятельная аудиторная работа №29
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)
Тестовые задания:

1. Что такое тонер в принтере?
 - а) пыль состоящая из мельчайших частиц определенного цвета
 - б) жидкость определенного цвета
 - в) твердый графический материал
 2. В каких годах появился первый принтер?
 - а) 1850-х
 - б) 1950-х
 - в) 1750-х
 3. Какой вес был у первого принтера?
 - а) 50 кг
 - б) 800кг
 - в) 5 тонн
 4. Что представляет собой процесс термосублимации?
 - а) быстрый нагрев красителя, когда минуется жидкая фаза
 - б) переход красителя из жидкого состояния в жидкое
 - в) процесс замораживания красителя
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.50
Виды принтеров
Самостоятельная аудиторная работа №30
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)
Тестовые задания:

1. Сколько измерений в 3Д принтере?
 - а) 3
 - б) 2
 - в) 1
 2. Что в переводе с английского означает слово принтер? (printer)
 - а) копия
 - б) рисунок
 - в) печатник
 3. Каким прибором для размножения документальной информации пользовались до массового появления принтеров?
 - а) печатная машинка
 - б) копировальная машинка
 - в) компьютерная машинка
 4. Способ окрашивания светлых синтетических тканых материалов: полиэфирных, полиамидных, ацетатных это:
 - а) сублимационная печать
 - б) лазерная печать
 - в) светодиодная печать
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 1.51
Виды принтеров
Самостоятельная аудиторная работа №31
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Бумага предназначена для печати текстовой и иллюстрационно-текстовой продукции, для печатания справочников и других книг с большим количеством текста
 - а) офсетная
 - б) типографская
 - в) газетная
 2. Бумага предназначена для печатания одно- и многокрасочной изобразительной продукции, различных иллюстрационно-текстовых изданий способами высокой, офсетной и глубокой печати
 - а) мелованная
 - б) обложечная
 - в) форзацная
 3. Бумага предназначена для печатания денежных знаков, облигаций, банковских чеков и других документов
 - а) писчая
 - б) документная
 - в) билетная
 4. Белая или подцвеченная красителем толстая бумага с баритовым покровным слоем
 - а) баритованная
 - б) ватман
 - в) верже
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 1.52

Виды принтеров

Самостоятельная аудиторная работа №32

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Особый вид оберточной бумаги на основе очень крепкой, так называемой, крафт-целлюлозы
 - а) крафтовая
 - б) крепленая
 - в) целлюлозная
 2. По каким признакам бумагу различают по белизне, непрозрачности, лоску (глянцу)
 - а) оптические
 - б) механические
 - в) сорбционные
 3. В какой стране была изобретена бумага?
 - а) Япония
 - б) Китай
 - в) США
 4. В каком веке появилась бумага в России?
 - а) 20
 - б) 14
 - в) 18
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-а, 4-б

Тема 1.53

Виды принтеров

Самостоятельная аудиторная работа №33

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Зольность бумаги- это
- а) доля массы минеральных веществ в виде зольного остатка в бумаге, выраженная в процентах
 - б) отношение массы 1 м² бумаги к ее толщине
 - в) оптическое свойство, характеризующее приближение к белому цвету
2. Для высокой печати используют
- а) офсетную бумагу
 - б) газетную бумагу
 - в) типографскую бумагу
3. Используется в качестве основы фотобумаги
- а) ватманская бумага
 - б) билетная бумага
 - в) газетная бумага
4. Предназначена для чертежных работ, выполняемых карандашом, тушью и акварельными красками
- а) ватманская бумага
 - б) верже
 - в) клееная
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.54

Виды принтеров

Самостоятельная аудиторная работа №34

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Предназначена для изготовления подарочных изданий, а также форзацев и суперобложек книг
- а) писчая
 - б) крафтовая
 - в) этикеточная бумага
2. Отечественные бумаги по композиции подразделяются на группы по номерам
- а) №1, №2, №3.
 - б) №10, №20, №30.
 - в) №100, №200, №300.
3. Что означает термин «печатание»?
- а) процесс создания прокатной **копии** фильма с негативного оригинала и звуковых записей
 - б) многократное получение идентичных оттисков текста и изображений посредством переноса красочного слоя в большинстве случаев с печатной формы на запечатываемый материал, т.е. бумагу, картон, жести, пленку и т.д
 - в) процесс фиксации данных для сохранения на носителях информации, а также сам результат этого процесса
4. Вид печатных форм
- а) плоская офсетная
 - б) высокая
 - в) оба варианта верны
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-в

Тема 1.55

Виды принтеров

Практическое занятие №21

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.56

Виды принтеров

Практическое занятие №22

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.57

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение

Самостоятельная аудиторная работа №35

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Технология прямого нанесения красок на запечатываемую поверхность без применения постоянных печатных форм
 - а) тампопечать
 - б) сублимационная печать
 - в) цифровая печать
 2. Вид печати, широко использующийся в рекламно-сувенирном бизнесе
 - а) тампопечать
 - б) сублимационная печать
 - в) цифровая печать
 3. Способ перенесения растрового изображения, картинки из компьютера на носитель, посредством покрытия данного носителя струей жидкого красителя без промежуточных операций
 - а) тампопечать
 - б) струйная печать
 - в) цифровая печать
 4. Цифровая многокрасочная струйная печать на рулонных носителях. Активно используется в наружной рекламе, при оформлении выставок и интерьеров помещений
 - а) широкоформатная печать
 - б) струйная печать
 - в) цифровая печать
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.58

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение

Самостоятельная аудиторная работа №36

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Вид печати, при котором источник света светит на предварительно заряженную поверхность светочувствительного вала (фотобарабана, фотовала)
 - а) тампопечать
 - б) лазерная печать
 - в) цифровая печать
2. Вид бумаги, поверхность которой полируется специальными машинами, типа каландров, иногда до зеркального блеска
 - а) матовая
 - б) глянцевая
 - в) атласная

3. Фотобумага, которая имеет с обратной стороны специальное адгезивное покрытие для того, чтобы отпечатанное на бумаге изображение можно было затем наклеить на различные носители

- а) термотрансферная
- б) самоклеящаяся

в) двусторонняя

Ответы: 1-б, 2-б, 3-б

Тема 1.59

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение Самостоятельная аудиторная работа №37

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой размер имеет бумага формата А4

- а) 148 на 210 мм
- б) 329 на 498 мм
- в) 210 на 297 мм

2. Специалист, привлеченный к работе над рекламным проектом, который занимается профессиональной фотосъемкой рекламных плакатов и брошюр

- а) фотограф
- б) иллюстратор
- в) оформитель

3. Графическим редактором называется программа, предназначенная для

- а) создания графического образа текста
- б) работы с графическим изображением
- в) построения диаграмм

4. Минимальным объектом, используемым в векторном графическом редакторе, является

- а) точка экрана (пиксел)
- б) объект (прямоугольник, круг и т. д.)
- в) палитра цветов

Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 1.60

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение Самостоятельная аудиторная работа №38

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. К основным операциям, возможным в графическом редакторе, относятся

- а) линия, круг, прямоугольник
- б) карандаш, кисть, ластик
- в) выделение, копирование, вставка

2. Какой из указанных графических редакторов является векторным

- а) CorelDRAW
- б) Adobe Fotoshop
- в) Paint

3. В цветовой модели RGB установлены следующие параметры: 0, 255, 0. Какой цвет будет соответствовать этим параметрам?

- а) черный

- б) красный
 - в) зеленый
4. Большой размер файла — один из недостатков
- а) векторной графики
 - б) растровой графики
5. Разрешение изображения измеряется в
- а) пикселях
 - б) точках на дюйм
 - в) мм, см
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-в, 4-б, 5-а

Тема 1.61

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение Самостоятельная аудиторная работа №39

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Какая заливка называется градиентной?
- а) сплошная (одним цветом)
 - б) с переходом (от одного цвета к другому)
 - в) заливка узором
2. В модели СМУК в качестве компонентов применяются основные цвета
- а) красный, зеленый, синий, черный
 - б) голубой, пурпурный, желтый, черный
 - в) красный, голубой, желтый, синий
3. Для вывода графической информации в персональном компьютере используется
- а) мышь
 - б) экран дисплея
 - в) сканер
4. Графика с представлением изображения в виде последовательности точек со своими координатами, соединенных между собой кривыми, которые описываются математическими уравнениями, называется
- а) фрактальной
 - б) векторной
 - в) растровой
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.62

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение Самостоятельная аудиторная работа №40

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Минимальным объектом, используемым в растровом графическом редакторе, является
- а) точка экрана (пиксел)
 - б) объект (прямоугольник, круг и т. д.)
 - в) палитра цветов
2. Деформация изображения при изменении размера рисунка — один из недостатков
- а) векторной графики
 - б) растровой графики
3. Палитрой в графическом редакторе является
- а) линия, круг, прямоугольник
 - б) карандаш, кисть, ластик
 - в) набор цветов

4. Инструментами в графическом редакторе являются:

- а) точка экрана (пиксель)
- б) объект (прямоугольник, круг и т. д.)
- в) палитра цветов

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 1.63

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение

Самостоятельная аудиторная работа №41

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В модели RGB в качестве компонентов применяются основные цвета

- а) голубой, пурпурный, желтый
- б) красный, голубой, желтый
- в) красный, зеленый, синий

2. В цветовой модели RGB установлены следующие параметры: 255, 0, 0. Какой цвет будет соответствовать этим параметрам?

- а) черный
- б) красный
- в) зеленый

3. При увеличении разрешения (количества пикселей на дюйм) и размера рисунка размер файла этого рисунка

- а) уменьшается
- б) возрастает
- в) остается неизменным

4. Минимальной единицей измерения на экране графического редактора является

- а) пиксель
- б) мм
- в) дюйм

Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 1.64

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение

Самостоятельная аудиторная работа №42

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой из графических редакторов является растровым?

- а) Adobe Illustrator
- б) Paint
- в) Corel Draw

2. Сетку из горизонтальных и вертикальных столбцов, которую на экране образуют пиксели, называют

- а) видеопамятью
- б) видеоадаптером
- в) растром

3. Для хранения 256-цветного изображения на один пиксель требуется

- а) 1 байт
- б) 4 бита
- в) 256 битов

4. Если элементов графического изображения много и нам нужно их все переместить, нам на помощь приходит

- а) группировка

- б) соединение
- в) слияние

Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 1.65

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение Самостоятельная аудиторная работа №43

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Провести позиционирование товара на рынке означает
 - а) определить место данного товара на соответствующем сегменте с точки зрения его конкурентоспособности
 - б) установить возможный объем продаж товара
 - в) установить группу потребителей, для которых может быть предназначен данный товар
2. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет
 - а) правительство РФ
 - б) федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы
 - в) органы внутренних дел
3. Что нужно делать в кризисной ситуации?
 - а) обнародовать подготовленный план по преодолению кризиса
 - б) не отвечать на вопросы журналистов
 - в) обвинить кого-либо в случившемся
4. ATL-реклама подразумевает
 - а) комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающихся от прямой рекламы уровнем воздействия на потребителей и выбором средств воздействия на целевую аудиторию
 - б) комплекс маркетинговых коммуникаций, включающий только телевизионную и Интернет-рекламу
 - в) комплекс маркетинговых коммуникаций, включающий традиционные (классические) виды рекламы

Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-в

Тема 1.66

Виды бумаги и фотобумаги, их назначение Самостоятельная аудиторная работа №44

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Преимущества Интернета как канала распространения рекламы заключаются в следующем
 - а) возможность интерактивного контакта
 - б) высокий уровень избирательности целевых групп
 - в) оба варианта верны
2. Рекламодатель обращается в рекламное агентство чаще всего по следующим причинам
 - а) агентство обладает опытом, творческим потенциалом, в курсе современных рекламных тенденций
 - б) исторически так сложилось
 - в) агентство во всем разбирается лучше рекламодателя
3. Мониторинг коммуникационной кампании – это
 - а) отслеживание сообщений СМИ во время реализации кампании
 - б) проверка гипотез о причинно-следственных связях
 - в) проведение активных действий по достижению доброжелательности
4. К элементам фирменного стиля не относят

- а) логотип
 - б) фирменный шрифт
 - в) бланк компании
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-а, 4-в

Тема 1.67

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №45

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Одним из лучших методов определения рекламного бюджета является
 - а) метод финансовых возможностей
 - б) метод процента от объема продаж
 - в) метод конкурентного паритета
 2. Товар находится на первой стадии жизненного цикла. Какой тип рекламы наиболее эффективен в этом случае
 - а) информационная реклама
 - б) стимулирующая реклама
 - в) напоминающая реклама
 3. В определении рекламы выберите ее основной признак
 - а) сложно выявить рекламодателя
 - б) стремление воздействовать на потребителя
 - в) уход от назойливости
 4. Креатив – это
 - а) что-то не достижимое
 - б) просветление мозга
 - в) создание нового, нестандартного
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-б, 4-в

Тема 1.68

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №46

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. К видам рекламы по каналам распространения не относится
 - а) наружная
 - б) телевизионная
 - в) скрытая
2. К основным принципам связей с общественностью относятся
 - а) честность, открытость, оперативность
 - б) манипулирование и тонкий обман
 - в) информационная изолированность
3. Открытый вопрос в анкетах – это
 - а) вопрос, при обсуждении которого анкетированные не пришли к единому мнению
 - б) вопрос, на который респондент может ответить разными способами
 - в) вопрос, содержащий готовые варианты ответов

4. Подход к определению целевой группы общественности, при котором учитывается пол, возраст, образование, называется

- а) географический
- б) демографический
- в) психографический

Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-б

Тема 1.69

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №47

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это

- а) рынок производителя
- б) рынок поставщика
- в) рынок покупателя

2. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг?

- а) к оперативной задаче
- б) к тактической задаче
- в) к исследовательской задаче

3. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?

- а) к оперативной задаче
- б) к стратегической задаче
- в) к аналитико-оценочной задаче

4. Группы, которые проявляют интерес к предприятию или оказывают влияние на его способность достигать поставленных целей – это

- а) поставщики
- б) контактные аудитории
- в) маркетинговые посредники

Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-б

Тема 1.70

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №48

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Экономическая среда связана

- а) с удорожанием энергии
- б) с повышением образовательного уровня
- в) с характером распределения доходов населения

2. С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?

- а) тахистоскоп
- б) айтрекер
- в) аудиметр

3. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы

- а) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации
 - б) методические приемы работы с информацией
 - в) все перечисленное
4. Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы?
- а) недифференцированный маркетинг
 - б) дифференцированный маркетинг
 - в) массовый маркетинг
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-в, 4-а

Тема 1.71

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №49

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какую стратегию охвата рынка обычно используют парикмахерские и салоны красоты?
- а) концентрированный маркетинг
 - б) недифференцированный маркетинг
 - в) дифференцированный маркетинг
2. Расширенный комплекс услуг позволяет использовать
- а) неценовую конкуренцию
 - б) видовую конкуренцию
 - в) функциональную конкуренцию
3. Кто является источником идей для создания нового продукта?
- а) потребители
 - б) рекламные агентства
 - в) все перечисленное
4. Жизненный цикл товара – это
- а) интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара
 - б) интервал времени, в котором спрос на товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке
 - в) совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-в

Тема 1.72

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №50

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой вид цены основан на разделении рынка на определенные группы покупателей?
- а) цена на изделие, уже снятое с производства
 - б) цена потребительского сегмента рынка
 - в) преимущественная цена
2. В чем преимущество использования агентов и брокеров?
- а) активно применяют достижения науки и техники
 - б) повышают качество товара
 - в) используют подготовленный торговый персонал

3. Метод, в котором бюджет устанавливается на основании того, что предприятие хочет добиться с помощью маркетинговых коммуникаций, это

- а) метод конкурентного паритета
- б) метод расчета на основании целей и задач
- в) метод исчисления от наличных денежных средств

4. К какому критерию классификации относится престижная реклама?

- а) характер воздействия на аудиторию
- б) предмет рекламной коммуникации
- в) способ воздействия

Ответы: 1-б, 2-в, 3-б, 4-б

Тема 1.73

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №51

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. На кого не могут быть направлены мероприятия по стимулированию сбыта?

- а) на поставщиков
- б) на посредников
- в) на продавцов

2. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?

- а) выставка
- б) фотопродукция
- в) интернет-ресурс

3. Личная продажа – это

- а) использование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить или усилить ответную реакцию рынка
- б) налаживание отношений между предприятием и различными контактными аудиториями посредством создания выгодной для предприятия репутации, положительного имиджа
- в) представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения, и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами

4. Причина популярности прямого маркетинга

- а) анализ доли рынка
- б) анализ возможности продаж
- в) оба ответа верны

Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-в

Тема 1.74

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №52

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Фактор, влияющий на структуру службы маркетинга – это

- а) масштаб предприятия
- б) цели предприятия
- в) все перечисленное

2. Особенность политико-правовой среды, которую фирме необходимо учитывать

- а) избирательное законодательство соответствующей страны
 - б) политическая стабильность
 - в) сроки функционирования законодательной и исполнительной власти между выборами
3. Какая характеристика услуги связана с состоянием спроса?
- а) неосязаемость
 - б) неотделимость от источника
 - в) несохраняемость
4. В классификации бизнес-плана по назначению финансовое оздоровление относится
- а) к действующему предприятию
 - б) к бизнес-линиям
 - в) к новому предприятию
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.75

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №53

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Истинная ориентация на рынок начинается с
 - а) достоинств товара
 - б) запросов покупателей
 - в) участников рынка
 2. Приведение товара в соответствие с запросами покупателя — это пример
 - а) ориентации на рынок
 - б) ориентации на продажу
 - в) маркетинговой ориентации
 3. Определение нужд целевого рынка
 - а) скорее стратегическое решение, чем тактический вопрос
 - б) функция исследований рынка
 - в) отражает уровень сегментирования рынка
 4. Агрегирование и сегментирование рынка
 - а) это стратегии, определяющие целевой рынок
 - б) являются исходными пунктами для анализа окружения
 - в) представляют конкретную тактику маркетинга
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-в, 4-а

Тема 1.76

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №54

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Определение товара согласно рыночной ориентации
 - а) разделяет продукцию на товары и услуги
 - б) отражает все четыре категории структуры маркетинга
 - в) включает пользу, получаемую при использовании товара
2. В отличие от стратегии, тактика
 - а) предлагает план действий для достижения цели
 - б) определяет конкретные шаги, которые необходимо сделать

в) предполагает этапы тактического управления
3. Каковы ограничения сетевой организационной структуры в работе по маркетингу территорий?

- а) трудно уравновесить амбиции участников
- б) трудно наладить коммуникации, обмен информацией
- в) невозможно работать одновременно по многим направлениям

4. Внешне ориентированная фирма

- а) размещает товары на соответствующих рынках
- б) производит товары, основываясь на использовании доступных природных ресурсов
- в) определяет нужды покупателей и создает товары, которые их удовлетворяют

Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 1.77

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №55

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В чем состоят принципиальные ограничения иерархических структур?

- а) не всеми необходимо и можно командовать
- б) невозможно гибко и полноценно использовать основной кадровый потенциал
- в) невозможно добиться соответствия ответственности и прав

2. Межрегиональные маркетинговые центры появились:

- а) по инициативе Правительства Москвы в 1994 г.
- б) пока только на уровне проекта
- в) по результатам соглашения на Нижегородской ярмарке в 1995 г.

3. Аппарат организации, учреждения — это структура или система?

- а) это, как правило, структура
- б) должен быть структурой, если политику организации определяют другие руководящие лица
- в) неизбежно превращается из структуры в систему

4. Какая наиболее существенная информация реально распространяется по системе межрегиональных маркетинговых центров?

- а) перечни продукции, предлагаемой местными производителями и оптовиками для реализации, а также продукции, в которой в данном регионе существует потребность
- б) информация об адресах и другие координаты региональных производителей и посредников
- в) реклама товаров и услуг региональных производителей и посредников

Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.78

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №56

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В рамках «канала распределения» посредник

- а) присутствует всегда, когда владение товаром переходит из рук в руки
- б) стоит между производителем и конечным потребителем

- в) присутствует только тогда, когда для продвижения товара используются несколько каналов
 - 2. Маркетинговая функция «распределение»:
 - а) передает товары и услуги в руки конечных потребителей
 - б) позволяет предприятиям создавать товары, которые удовлетворяют нужды покупателей
 - в) освобождает компанию от необходимости управлять стимулированием сбыта товаров
 - 3. В противовес личной продаже и стимулированию продажи реклама и пропаганда (паблисити)
 - а) являются примерами стратегии проталкивания
 - б) являются примерами стратегии привлечения
 - в) нацелены на конкретные каналы распределения
 - 4. Средства продвижения, то есть реклама, и пропаганда отражают тот факт, что
 - а) для продвижения товара к покупателю одних каналов распределения недостаточно
 - б) связь с рынком должна начинаться с производителя
 - в) комплекс продвижения полагается на посредников больше, чем на другие средства
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-а

Тема 1.79

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №57

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. На формирование рынка образовательных услуг влияют:
 - а) потребности муниципального образования, субъекта федерации в специалистах определенного профиля
 - б) мотивация родителей
 - в) влияние корпоративной культуры организаций, которые позволяют иметь высокие доходы
 2. Анализ кадрового потенциала может стать конфликтогенным фактором, когда
 - а) за основу берется оценка со стороны коллектива
 - б) за основу берется оценка со стороны администрации
 - в) оценки администрации и коллектива расходятся
 3. Чем определяется деловая привлекательность региона?
 - а) эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории
 - б) развитостью конкуренции в регионе
 - в) уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой
 4. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики развития территории?
 - а) состояние и эксплуатация жилого фонда, дорог, благоустройства, коммунальных услуг
 - б) выставочная, ярмарочная активность
 - в) динамика внутренних и внешних инвестиций
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-в

Тема 1.80

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №58

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Каковы, основные объекты маркетинга территорий?
 - а) товарная политика, маркетинговые коммуникации, ценовая политика, сбыт на различных территориях
 - б) города, муниципальные образования
 - в) товары и услуги, производимые фирмами, расположенными на территории
 2. Что такое территориальный маркетинг?
 - а) это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле
 - б) это маркетинг территорий и маркетинг на территориях
 - в) это маркетинг в интересах территории и территориальных субъектов, осуществляемый как в ее пределах, так и за ее пределами
 3. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики уровня функционирования территорий?
 - а) количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг
 - б) состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры
 - в) возможность самофинансирования территорий
 4. Оценка деятельности кадров является объективной, когда деятельность оценивают
 - а) коллектив и потребители
 - б) коллектив и администрация
 - в) коллектив, администрация и потребители
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-в

Тема 1.81

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №59

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Товары повседневного спроса характеризуются:
 - а) распространением через сеть специальных магазинов;
 - б) приобретением на большую сумму денег
 - в) отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом
 2. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:
 - а) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
 - б) покупателей, приобретающих товары для личного пользования
 - в) людей, приобретающих товар для продажи
 3. Цели ценообразования
 - а) основываются на желаемой «доле в общем рынке»
 - б) служат основанием при определении цен на товары
 - в) основываются на привлечении потенциальных покупателей
 4. Товар является новым, если
 - а) его так оценивает рынок
 - б) производитель по-новому рекламирует товар
 - в) производитель использует современную технологию его изготовления
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.82

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №60

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Создание модификации товара на основе повышения его качества целесообразно:
 - а) при наличии технологии, повышающей качество товара
 - б) при наличии результатов маркетингового исследования, подтверждающего положительное отношение потребителей к товару
 - в) при выходе на мировой рынок
 2. В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:
 - а) номенклатура входит в состав ассортимента
 - б) ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры
 - в) ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров
 3. Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом:
 - а) собственными усилиями
 - б) приобретать патенты
 - в) все зависит от целей и ресурсов фирмы
 4. Задачей товарной политики является:
 - а) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
 - б) поиск потребителей, желающих приобрести товар
 - в) производить как можно больше товаров
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.83

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №61

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Товарная марка предназначена для того, чтобы:
 - а) компенсировать недостающее товару качество
 - б) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
 - в) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
 2. Сервис необходим для товаров:
 - а) только инвестиционного назначения
 - б) потребительского назначения
 - в) любых технически сложных товаров
 3. Первая стадия в процессе создания нового продукта — это
 - а) управленческий анализ
 - б) конструирование товара
 - в) создание идеи
 4. Качество товара — это
 - а) набор необходимых функциональных характеристик товара, которые признаны потребителями обязательными
 - б) способность товара выполнять свое функциональное назначение
 - в) отсутствие у товара видимых дефектов
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-в, 4-а

Тема 1.84

Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.

Самостоятельная аудиторная работа №62

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Стратегическое планирование
 - а) обеспечивает основу, на которой строится план маркетинга
 - б) использует исследования рынка для построения модели управления предприятием
 - в) это процесс, который начинается с определения корпоративной стратегии и тактики
 2. Особые товары покупают, основываясь на
 - а) цене
 - б) доступности
 - в) свойствах товара
 3. Истинная ориентация на рынок начинается с
 - а) достоинств товара
 - б) стратегии продажи
 - в) запросов покупателей
 4. Определение нужд целевого рынка
 - а) скорее стратегическое решение, чем тактический вопрос
 - б) отражает уровень сегментирования рынка
 - в) определение приоритетных целей на каждом сегменте
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-в, 4-б

Тема 1.85

**Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор
Самостоятельная аудиторная работа №63**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Внешне ориентированная фирма
 - а) размещает товары на соответствующих рынках
 - б) организует и стимулирует сбыт своих товаров, исходя из технических возможностей
 - в) определяет нужды покупателей и создает товары, которые их удовлетворяют
 2. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор относятся к
 - а) предпечатной подготовке
 - б) печати полиграфической продукции
 - в) к постпечатным процессам
 3. Разделение физического объекта на две или более части с помощью прямого силового воздействия режущим инструментом это
 - а) резка
 - б) высечка
 - в) ламинирование
 4. Покрытие печатного изображения различными пленками
 - а) ламинирование
 - б) лакирование
 - в) биговка
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 1.86

**Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор
Самостоятельная аудиторная работа №64**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В рамках «канала распределения» посредник
 - а) стоит между производителем и конечным потребителем

- б) присутствует только тогда, когда для продвижения товара используются несколько каналов
- в) это тот, кто покупает прямо на фабрике стимулирование сбыта
2. Постпечатный процесс, который используется при необходимости образования ровного сгиба без использования тупого ножа
- а) биговка
- б) фальцовка
- в) ламинирование
3. Печать на полиграфических изделиях последовательно меняющихся номеров
- а) резка
- б) высечка
- в) нумерация
4. Сборка полиграфических изделий, состоящих из большого количества страниц, в единое целое – конечный продукт
- а) брошюровка
- б) биговка
- в) вырубка
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.87

Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор Самостоятельная аудиторная работа №65 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Создание на полиграфических изделиях линий отрыва
- а) резка
- б) перфорация
- в) сверление отверстий
2. Приклеивание к плотному и жесткому материалу (основе) более тонкого материала (лайнера)
- а) кругление
- б) каширование
- в) высечка
3. Нанесение на полиграфические изделия оттиска, рельефа, припрессовывание к ним пленки или фольги
- а) тиснение
- б) биговка
- в) ламинирование
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а

Тема 1.88

Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор Самостоятельная аудиторная работа №66 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Покрытие экземпляров полиграфической продукции слоем прозрачной синтетической полимерной пленки, защищающей готовые изделия от всевозможных физических повреждений
- а) ламинирование
- б) тиснение
- в) перфорация

2. Специалист, который создает дизайн-макеты разнообразной печатной продукции: афиши, плакаты, календари, буклеты, каталоги, визитки, обложки книг, пакеты и многое другое

- а) дизайнер
- б) фотограф
- в) художник

3. Кто соединяет отпечатанные листы в конечный продукт - в книгу, журнал, каталог, брошюру?

- а) печатник
- б) переплетчик
- в) редактор

4. Кто осуществляет редактирование выпускаемой редакционно-издательским отделом различной по тематике литературы, информационных и других материалов?

- а) редактор
- б) корректор
- в) дизайнер

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 1.89

Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор

Самостоятельная аудиторная работа №67

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Средства продвижения, то есть реклама, и пропаганда отражают тот факт, что

- а) для продвижения товара к покупателю одних каналов распределения недостаточно
- б) связь с рынком должна начинаться с производителя
- в) некоторые массовые средства воздействия более эффективны

2. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...

- а) идея маркетинга
- б) цель маркетинга
- в) функция маркетинга

3. Маркетинговое исследование — это:

- а) то же самое, что и «исследование рынка»
- б) сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем
- в) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации

4. Фирма «МакДональдс» скорее всего, реализует:

- а) массовый маркетинг
- б) товарно-дифференцированный маркетинг
- в) целевой маркетинг

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.90

Авторская печатная форма.

Самостоятельная аудиторная работа №68

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Концепция маркетинга утверждает, что:

- а) залогом достижения целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков

б) залогом достижения целей организации является обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами

в) потребители будут более благосклонны к товарам и услугам имеющим наивысшее качество, лучшие эксплуатационные свойства и характеристики

2. Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно:

а) приоритет производителя

б) приоритет покупателя

в) приоритет посредника

3. Маркетинг как философия бизнеса – это

а) обеспечение высокого качества товара

б) получение сверхприбыли

в) концентрация бизнеса вокруг покупателя

4. Рынок продавца – это

а) когда спрос выше предложения

б) когда спрос ниже предложения

в) когда спрос равен предложению

Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.91

Авторская печатная форма.

Самостоятельная аудиторная работа №69

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Стимулирующий маркетинг применяется

а) при отрицательном спросе

б) отсутствии спроса

в) нерациональном спросе

2. Согласно одной из теорий мотивации удовлетворения наших потребностей, существует утверждение о том, что человек не в состоянии полностью понять мотивы своих действий.

Такая точка зрения принадлежит

а) Абрахаму Маслоу

б) Зигмунду Фрейду

в) Фредерику Герцбергу

3. Способом связи с аудиторией, характеризующимся низким возвратом данных, является

а) телефон

б) эксперимент

в) почта

4. Деятельность фирмы направленная на превращение потенциального покупателя в клиента – это...

а) маркетинг

б) менеджмент

в) ремаркетинг

Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.92

Авторская печатная форма.

Самостоятельная аудиторная работа №70

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...
 - а) цель маркетинга
 - б) функция маркетинга
 - в) стратегия маркетинга
 2. Концепция маркетинга утверждает что:
 - а) потребители будут более благосклонны к товарам и услугам имеющим наивысшее качество, лучшие эксплуатационные свойства и характеристики
 - б) потребители будут благожелательны, которые широко распространены и доступны по цене
 - в) потребители не будут покупать товары организации в достаточных количествах
 3. Ручной способ изготовления формы высокой печати на линолеуме или сходных с ним материалах
 - а) ксилография
 - б) линография
 - в) флексография
 4. Изображение наносимое прямо на доску кистью, смоченной кислотой; при печатании краска набивается в вытравленные углубления
 - а) резерваж
 - б) лавис
 - в) акватинта
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б

Тема 1.93

Авторская печатная форма.

Самостоятельная аудиторная работа №71

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Разновидность углублённой гравюры на металле, основанная на процарапывании штрихов иглой
 - а) мягкий лак
 - б) меццо-тинто
 - в) сухая игла
 2. Изображения создающиеся с помощью мелких углублений в виде различной глубины и величины точек, наносимых пунсонами, матуаром, иглами и пр. на поверхность металлической пластины, покрытой кислотоупорным лаком
 - а) карандашная манера
 - б) пунктирная манера
 - в) резцовая гравюра
 3. Эластичный промежуточный элемент, переносящий изображение (называемый «тампоном» или «роллером»), который позволяет переносить изображение с печатных форм глубокой, плоской, высокой и трафаретной печати на поверхности практически любой формы
 - а) тампонная печать
 - б) офсетная печать
 - в) ирисовая печать
 4. В переводе с какого языка литография означает «камень» и «пишу»
 - а) греческий
 - б) китайский
 - в) английский
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-а, 4-а

Тема 1.94
Авторская печатная форма.
Самостоятельная аудиторная работа №72
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)
Тестовые задания:

1. Печать на автоматических и полуавтоматических трафаретных станках, плоского или карусельного типа
 - а) трафаретная печать
 - б) ризография
 - в) шелкография
 2. Процесс, относящийся к послепечатной отделке продукции. Производится на ручных, полуавтоматических и автоматических прессах для тиснения, основан на припрессовке горячим или холодным способом металлизированной или пигментной фольги или полимерной пленки.
 - а) тиснение
 - б) конгрев
 - в) электрофотография
 3. Технология получения отпечатков, при которой изображение наносится на запечатываемый материал набрызгиванием с высокой скоростью (до 1 млн капель в секунду) специальных красок из сопел очень малого диаметра
 - а) ионография
 - б) магнитография
 - в) струйная печать
 4. Способ размножения или копирования рукописных, печатных и других штриховых чёрно-белых оригиналов при помощи термочувствительных материалов
 - а) углеродная печать
 - б) термография
 - в) везикулярный процесс
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-б

Тема 1.95
Авторская печатная форма.
Практическое занятие №23
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.96
Авторская печатная форма.
Практическое занятие №24
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.97
Авторская печатная форма.
Практическое занятие №25
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.98
Авторская печатная форма.
Практическое занятие №26
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 1.99
Подготовка макетов для печати
Самостоятельная аудиторная работа №73
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Воспроизведение изображения, получаемое надавливанием печатной формы
 - а) отпечаток
 - б) оттиск
 - в) авторский принт
 2. Воспроизведение полиграфическими или другими средствами произведений изобразительного искусства (живопись, графика, фотография и т. п.)
 - а) репродукция
 - б) монотипия
 - в) аквамонотипия
 3. Искусство изображения на стекле, металле или бумаге объектов, воспроизводимых посредством света в камере-обскуре
 - а) эстамп
 - б) гравюра
 - в) фотография
 4. Литографский или гравюрный отпечаток, являющийся станковым производением художественной графики
 - а) отпечаток
 - б) оттиск
 - в) эстамп
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-в, 4-в

Тема 1.100
Подготовка макетов для печати
Самостоятельная аудиторная работа №74
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Первая страница двойного титульного листа
 - а) авантитул
 - б) авторская печатная форма
 - в) авторская книга
2. Единица измерения объема литературного или любого другого произведения, принятая для учета труда авторов
 - а) авторский лист
 - б) авторский принт
 - в) авторское право
3. Способ воспроизведения полутоновых оригиналов путем преобразования полутонового изображения в микроштриховое при помощи полиграфических растров или специальных компьютерных программ и использования способа автотипного синтеза цвета, применяемого в полиграфии при воспроизведении цветных полутоновых оригиналов

- а) акватинта
- б) акцидентный набор
- в) автотипия

4. Кратко характеризует содержание издания, его целевое назначение

- а) гравюра
- б) аннотация
- в) высечка

Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-б

Тема 1.101

Подготовка макетов для печати

Самостоятельная аудиторная работа №75

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Способ в полиграфии для получения на оттиске правильных цветов, включая нейтральные светлые, серые и темные тона, в основе которого лежит процедура создания в цветовом пространстве печатного синтеза шкалы нейтральных серых тонов.

- а) генерация черного
- б) растискивание
- в) баланс «по серому»

2. Книга с описанием сущности и ценностей бренда, самоидентификации компании, а также форм и методов их обозначения для служащих и потребителей

- а) буклет
- б) брендбук
- в) формат

3. Как правило, многокрасочное издание, отпечатанное на одном листе, сфальцованное любым способом в два и более сгиба (гармошкой, дельтаобразно, с поперечным фальцем и т.д.)

- а) обтравка
- б) редактор
- в) буклет

4. Отдельный оттиск иллюстративного материала или текста, вклеиваемый между определенными страницами издания.

- а) петит
- б) переплет
- в) вклейка

Ответы: 1-в, 2-б, 3-в, 4-в

Тема 1.102

Подготовка макетов для печати

Самостоятельная аудиторная работа №76

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Вырубка при помощи острозаточенного штампа печатных изделий.

- а) тесьма
- б) цицера
- в) высечка

2. Комплект шрифтов различных начертаний, насыщенности, кегля и плотности, объединенных общностью рисунка

- а) фурнитура шрифта
- б) гарнитура шрифта
- в) гильйоши

3. Различные ступени серого — от белого до насыщенного черного (или наоборот).
- а) полутоновое изображение
 - б) растискивание
 - в) градация серого
4. Произведение печати, самостоятельно оформленное, прошедшее редакционно-издательскую подготовку, имеющее установленные выходные сведения и предназначенное для передачи содержащейся в нем информации.
- а) издание
 - б) тираж
 - в) блок
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.102
Выбор бумаги для печати
Самостоятельная аудиторная работа №77
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)
Тестовые задания:

1. Выступающая часть переплетной крышки на несколько миллиметров за края книжного блока
- а) кант
 - б) кашировка
 - в) кегль
2. Один из видов полиграфической продукции, непериодическое издание в виде сброшюрованных бумажных листов или тетрадей с отпечатанной на них текстовой, графической, иллюстрационной информацией, объемом более 48 страниц, в мягком или твердом переплете.
- а) книга
 - б) журнал
 - в) брошюра
3. Элемент структуры издания, содержащий некоторые справочные данные об издании, например, фамилию автора, заглавие книги (журнала, статьи), заголовок раздела, начальные буквы или заголовки статей в словарях, помещаемые над (реже — под) текстом каждой страницы.
- а) коленкор
 - б) блок
 - в) колонтитул
4. Эталон для верстки полос издания и монтажа с раскладкой полос на печатном листе, утвержденный издательством.
- а) форма
 - б) престиж
 - в) макет
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-в

Тема 1.104
Изготовление печатной рекламной продукции..
Практическое занятие №27
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 1.105
Изготовление печатной рекламной продукции..
Практическое занятие №28

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.106

Изготовление печатной рекламной продукции..

Практическое занятие №29

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.107

Изготовление печатной рекламной продукции..

Практическое занятие №30

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.108

**Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки,
корпоративные значки**

Самостоятельная аудиторная работа №78(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Предметы, основное назначение которых напоминать о каком-либо событии или месте.
 - а) сувениры
 - б) подарки
 - в) открытки
 2. Что такое фирменный стиль?
 - а) набор словесных и визуальных констант, обеспечивающих единство восприятия товаров, услуг, информации, исходящих от фирмы или торговой марки к потребителю
 - б) графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме
 - в) электронный документ состоящий из векторных линий и содержащий чертежи изделия в пропорциях оригинала
 3. Что такое СМΥК?
 - а) графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме
 - б) четырехцветная схема формирования цвета, используемая прежде всего в полиграфии для стандартной триадной печати полноцветных изображений.
 - в) графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости и распознаваемости в социуме
 4. Что относится к промо-сувенирам?
 - а) фирменные корпоративные футболки
 - б) ручки, значки, календарики
 - в) дорогостоящий подарок с логотипом компании
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б

Тема 1.109

**Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки,
корпоративные значки**

Самостоятельная аудиторная работа №79
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Устройство для проставления даты

- а) датер
- б) клише
- в) шильдик

2. Микропористый материал, липкий с двух сторон, применяемый для приклеивания клише к оснастке. За счёт своей мягкости улучшает качество оттиска.

- а) скотч
- б) субстрат
- в) демпфер

3. Аэрозоль, повышающий оптическую плотность порошка принтера, размывает темный фон негатива, делая его ещё более чёрным.

- а) сургуч
- б) затемнитель негатива
- в) экслибрис

4. Ручной слесарный инструмент, предназначен для нанесения литер и знаков на поверхности пластичного материала, например, на упаковке из листового металла.

- а) долото
- б) штамп
- в) клеймо

Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-в

Тема 1.110

Виды рекламной сувенирной продукции: объёмные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки

Самостоятельная аудиторная работа №80
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Пластина из фотополимера или резины, латуни, магния без оснастки, содержащая информацию, пропечатываемую при оттиске

- а) бизе
- б) клише
- в) фрикасе

2. Микропористая липкая с одной стороны узкая лента, для обкладывания негатива по периметру и создания формы для заливки полимера

- а) дорожная лента
- б) тротуарная лента
- в) бордюрная лента

3. Металлический знак, как правило, с двухсторонним изображением, выпускаемый в честь какого-либо события, либо выдающегося деятеля. Награда за достижение в науке, культуре, спорте и других видах деятельности

- а) вымпел
- б) медаль
- в) орден

4. Устройство для отпечатывания номеров (порядковых или произвольных).

- а) сепаратор
- б) рефрижератор
- в) нумератор

Ответы: 1-б, 2-в, 3-б, 4-в

Тема 1.111

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки

Самостоятельная аудиторная работа №81

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Корпус для приклеивания клише и для проставления оттисков в ручную, с использованием штемпельной подушки
 - а) оснастка автоматическая
 - б) оснастка фрезерная
 - в) оснастка ручная
 2. Чернильный отпечаток печати или штампа, проставленный на бумагу
 - а) оттиск
 - б) натиск
 - в) подтиск
 3. Устройство содержащие клише печати, для нанесения оттисков на бумагу.
 - а) шпагат
 - б) печать
 - в) шильдик
 4. Жестяная пластинка или сплюснутый кусочек свинца, либо другого пластичного материала, которым опломбировываются различные предметы, товары, помещения и т.д.
 - а) пломба
 - б) пломбир
 - в) сургуч
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 1.112

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки

Самостоятельная аудиторная работа №82

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Металлическая печать для выдавливания оттиска на пластилине, применяется при опечатывании закрытых дверей, приборов, аппаратов, товаров и т.д.
 - а) пломбир
 - б) пломба
 - в) пломбиратор
2. Плотная плёнка, шероховатая с одной стороны и гладкая с другой. Делает полимерное клише печати прочнее.
 - а) факсимиле
 - б) скотч
 - в) субстрат
3. Перенесённый на печать образец личной подписи, для проставления штемпеля на большое количество внутренних документов.
 - а) факсимиле
 - б) штамп
 - в) экслибрис
4. Табличка маленького размера, которая содержит маркировочную информацию о товаре, об его изготовителе и др.
 - а) этикетка
 - б) шильдик

в) хвостик

Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.113

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки

Самостоятельная аудиторная работа №83

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Тонкие крученые изделия диаметром от 1 до 5 мм. разового применения

а) мостик

б) шпагат

в) колесо

2. Устройство содержащие клише печати, для нанесения оттисков на бумагу.

а) демпфер

б) оттиск

в) штамп

3. Художественно выполненный ярлычок с обозначением владельца или знак, виньетка с таким обозначением

а) экслибрис

б) датер

в) ИАТА

4. Предварительный, неоконченный рисунок, набросок

а) коллаж

б) эскиз

в) иллюстрация

Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.114

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки.

Практическое занятие №31

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.115

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки.

Практическое занятие №32

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.116

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки.

Практическое занятие №33

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.117

Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки, корпоративные значки.

Практическое занятие №34

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 1.118**

**Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки,
корпоративные значки.**

Практическое занятие №35

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 1.119**

**Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, валь-
цовка, гравертон, термоперенос.**

Самостоятельная аудиторная работа №83

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Личная карточка участника конференции, выставки, работника сферы обслуживания и т. п. в виде пластинки с именем и фамилией, прикрепляемой к одежде.

а) бейдж

б) значок

в) жетон

2. Изменение структуры, испарение или разрушение вещества на определенную глубину, которую создают импульсные излучения лазера

а) лазерная резка

б) лазерная маркировка

в) лазерная гравировка

3. Нанесение изображения на изделия при помощи сублимационной технологии печати

а) тиснение

б) сублимация

в) гравировка

4. Материалы, обладающие высокой твердостью и используемые для обработки поверхности различных материалов: металлов, керамических материалов, горных пород, минералов, стекла, кожи, резины и других

а) конъюктурные

б) фактурные

в) абразивные

Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-в

Тема 1.120

**Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, валь-
цовка, гравертон, термоперенос.**

Самостоятельная аудиторная работа №84

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Нестандартный процесс по отделке древесины, заключающийся в выборке мягких волокон с поверхности древесины и получении поверхности с красочно выраженной структурой годичных колец

а) бланширование

б) браширование

в) гравировка

2. Подражание природным формам
 - а) биоморфизм
 - б) футуризм
 - в) структуризация
 3. Спиртовой лак с прибавлением смолистых веществ, употребляемый для полировки
 - а) белизна
 - б) уайт спирит
 - в) политура
 4. Порок древесины, возникающий при её механической обработке человеком: заготовке, транспортировке, пилении и т.д.
 - а) короста
 - б) окостенение
 - в) коробление
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-в, 4-в

Тема 1.121

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №85

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. По способу отделки сувенирные изделия бывают
 - а) полированные, резные, чеканные
 - б) пластмассовые, металлические, костяные
 2. Развитию какой промышленности способствует эко-дизайн?
 - а) пластиковой
 - б) деревянной
 - в) каучуковой
 - г) точеные, резные, литые
 3. Перенос тепловой энергии частицами вещества (молекулами, атомами, ионами) в процессе их теплового движения
 - а) теплопроводность
 - б) термопроводность
 - в) аквапроводность
 4. Процесс удаления верхнего слоя материала с поверхности изделия при помощи особых шлифующих материалов кристаллического строения
 - а) точение
 - б) сверление
 - в) шлифование
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-в

Тема 1.121

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №86

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Для ручной обработки древесины может использоваться
 - а) рубанок
 - б) станок
 - в) патрон
2. Что в переводе с латинского означает слово «орнамент»?

- а) сувенир
- б)украшение
- в)рисунок

3. Изображение переносится на поверхность через специальную бумагу с изображением. Как называется этот процесс?

- а)гравировка
- б)тиснение
- в)деколирование

4. Технология печати, предусматривающая перенос краски с печатной формы на запечатываемый материал не напрямую, а через промежуточный офсетный цилиндр

- а)офсетная печать
- б)тиснение
- в)цифровая печать

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.122

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №87

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Знак, призванный проводить различие между товарами и услугами разных предприятий
 - а) товарный знак
 - б) знак качества
 - в) отличительный знак
2. Где осуществляется непосредственное изготовление сувениров?
 - а) типография
 - б) рекламное агентство
 - в) офис рекламодателя
3. Самый дорогой способ изготовления сувенирной продукции из перечисленных
 - а)нанесение покрытий
 - б)гравировка
 - в) тампопечать
4. Малобюджетные сувениры, даримые по поводу проведения каких-либо масштабных мероприятий всем их участникам
 - а) подарки
 - б) бизнес-сувениры
 - в) промо-сувениры

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в

Тема 1.123

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №88

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Способ, который позволяет выдавливать изображение на таких материалах, как бумага, картон, кожа, кожзам, пластик (ежедневники, планинги, папки из бумаги и картона и т.д.)
 - а)тиснение

- б)деколь
 - в)шелкография
2. Родиной зарождения рекламной сувенирной продукции принято считать
- а) Россию
 - б) Францию
 - в) США
3. В ассортимент сувенирной продукции входит:
- а) письменные принадлежности
 - б)посуда
 - в)оба варианта верны
4. Что является сувениром, олицетворяющим Россию?
- а)эйфелева башня
 - б)пирамида
 - в)матрешка
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-в

Тема 1.124

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №89

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Могут ли принадлежности для курения (зажигалки или пепельницы) стать сувенирной продукцией
- а) могут
 - б) не могут
 - в) могут при оплате определенной госпошлины
2. Наклейки с нанесенной на них информацией о компании, которые могут быть приклеены на любую поверхность
- а) стикеры
 - б) блокноты
 - в) медали
3. Какие работы производятся при помощи абразивных материалов?
- а) фрезерование
 - б) сверление
 - в) шлифовка
5. Изменение цвет дерева в сувенирной продукции, изменение его структуры, придание зеркального блеска называется
- а) полировка
 - б) шлифовка
 - в) сверление
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-а

Тема 1.125

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №90

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Вредные и опасные производственные факторы при работе в полиграфическом цеху:
- а) движущиеся машины и механизмы, подвижные части производственного оборудования

- б) участки территории вблизи строящегося здания (сооружения)
 - в) места, над которыми происходит перемещение грузов кранами
2. необходимые условия при работе на ПЭВМ
- а) распределение яркости на рабочих поверхностях и в окружающем пространстве должно быть достаточно равномерным
 - б) необходимо обеспечить отсутствие резких теней, прямой и отраженной блескости
 - в) оба варианта верны
3. Микроклимат производственных помещений- это:
- а) комплексная характеристика межличностных отношений, степени удовлетворенности работников условиями труда и количественной оценкой (то есть, зарплатой) их деятельности в группе
 - б) климат внутренней среды этих помещений, который определяется действующим на организм сочетанием температуры, влажности и скорости движения воздуха, а также температуры окружающих поверхностей
 - в) политика направленная, как правило, как на развитие социального капитала, путем укрепления связей, в том числе и неформальных, между работниками, а также между руководством компаний и работниками, так и на увеличение человеческого капитала (здоровье, образование) сотрудников
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-б.

Тема 1.126

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №91

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что представляет собой такой производственный риск, как дерматит?
 - а) заболевания кожи
 - б) пневмокониозы
 - в) воспаление роговой оболочки глаза
 2. Что, в переводе с французского, означает слово «сувенир»?
 - а) подарок
 - б) красота
 - в) память, воспоминание
 3. Какие функции выполняет сувенирная продукция?
 - а) создание положительного образа компании
 - б) выстраивание долговременных связей с компанией
 - в) оба варианта верны
 4. Как называется технология нанесения золота или серебра на сувенирную вып-продукцию?
 - а) тампопечать
 - б) деколирование
 - в) вышивка
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-б

Тема 1.127

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №92

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Лазерная гравировка бывает

- а) векторной
 - б) лазерной
 - в) оба варианта возможны
2. Изменение структуры, испарение или разрушение вещества на определенную глубину, которую создают импульсные излучения лазера это
- а) удаление из зоны резки продуктов, полученных в результате испарения материалов
 - б) изменение структуры, испарение или разрушение вещества на определенную глубину, которую создают импульсные излучения лазера
 - в) изменение цвета и структуры покрытия материала
3. Офсетная печать- это
- а) технологическая операция, при которой осуществляется перенос изображения с помощью штампа
 - б) система технологий, позволяющая наносить краску или пасту определенной толщины на материал различной текстуры и различных размеров
 - в) технология печати, предусматривающая перенос краски с печатной формы на запечатываемый материал не напрямую, а через промежуточный офсетный цилиндр
4. Цифровая печать- это
- а) возможность печатать документы непосредственно с компьютера без промежуточных формных процессов
 - б) особая технология нанесения изображений непосредственным воздействием лазерного излучения
 - в) миниатюризацию изображения, недоступную, в частности, для трафаретной печати
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.128

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №93

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое товарный знак?
- а) текстовый либо графический объект, нанесенный на продукцию, упаковку, или используемый в рекламных целях
 - б) краткое, простое и легкое для произнесения выражение, которое содержит в как упоминание предмета маркетинга, в качестве главного логического элемента
 - в) индивидуальный графический знак (рисунок), шрифтовое написание марки или сочетание графического знака и шрифтового написание
2. Что такое визитка?
- а) пакетик из бумаги для вкладывания в него письма
 - б) лист с частично напечатанным текстом, в прочей части подлежащий заполнению
 - в) это средство прямого контакта, в тексте которого размещается небольшое количество информации о Вашем бизнесе, продуктах, услугах.
3. Что такое смета?
- а) соглашение между собой двух или более сторон (субъектов), по какому-либо вопросу
 - б) исчисление предстоящих расходов и доходов
 - в) презентация себя, как специалиста
4. Самый дорогой способ обработки сувенирной продукции, применяемая только для эксклюзивной продукции лимитированной серии
- а) гравировка
 - б) тампопечать
 - в) нанесение покрытия

Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-а

Тема 1.129

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №94

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что является основным элементом фирменного стиля
а) товарный знак
б) фирменный лозунг
в) оба варианта верны
 2. Должен ли товарный знак быть обязательно зарегистрированным?
а) да, должен
б) нет, не должен
в) на усмотрение рекламодателя
 3. Оригинальное начертание, фирменная надпись подбором разных шрифтов, обозначающий, как правило, либо название фирмы или конкретного продукта это
а) фирменный блок
б) слоган
в) логотип
 4. Какие формы «читаются» быстрее?
а) простые и симметричные
б) сложные и ассиметричные
в) вензельный шрифт
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-в, 4-а

Тема 1.130

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №95

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Цвет, символизирующий силу воли, активность, агрессивность
а) белый
б) розовый
в) красный
 2. Цвет природы и естественности
а) зеленый
б) фиолетовый
в) черный
 3. Какая форма логотипа символизирует целостность, непрерывность и совершенство?
а) круглая
б) квадратная
в) треугольная
 4. Какие линии ассоциируются со спокойствием, ясностью?
а) пунктирные
б) прямые
в) ломаные
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-а, 4-б

Тема 1.131

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Самостоятельная аудиторная работа №96

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Основной элемент фирменного стиля:

а) форма

б) цвет

в) оба варианта верны

2. Что такое сувенир?

а) подарок на память

б) хорошее средство продвинуть компанию

в) оба варианта верны

3. Технология, аналогичная принципу переводной картины, используется для нанесения рисунка на стеклянные и керамические поверхности

а) деколь

б) флексопечать

в) прямая печать

4. Программное обеспечение для редактирования и для работы с растровыми изображениями

а) Photoshop

б) CorelDRAW

в) Paint

Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а

Тема1.132

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Практическое занятие №36

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.133

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Практическое занятие №37

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.134

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Практическое занятие №38

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.135

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Практическое занятие №39

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.136

Технология создания сувенирной продукции: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.

Практическое занятие №40

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.137

**Анализ психологического воздействия
готовой сувенирной продукции на потребителей.**

Самостоятельная аудиторная работа №97

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что означает понятие «Эстетические мотивы»?

а) это внешний вид, форма, оригинальность товара

б) потребителя, прежде всего, интересуют характеристики товара (качество, долговечность и т.д.)

в) престижность покупаемого товара

2. Какой мотив обусловлен преимущественно национально-культурными особенностями различных наций и народностей?

а) утилитарный мотив

б) мотив традиции

в) мотивы престижа

3. Что означает буква I в аббревиатуре AIDA?

а) внимание (attention)

б) желание (desire)

в) интерес (interest)

4. Что означает когнитивные аспекты рекламного воздействия?

а) познавательные

б) интуитивные

в) развлекательные

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 1.138

**Анализ психологического воздействия
готовой сувенирной продукции на потребителей.**

Самостоятельная аудиторная работа №98

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой аспект определяет эмоциональное отношение к объекту рекламной информации: отнесется ли к нему субъект с симпатией, нейтрально или противоречиво?

- а) Когнитивные (познавательные)
 - б) Эмоциональный (аффективный)
 - в) Поведенческий (конативный)
2. Какой шрифт используют, чтобы подчеркнуть надежность товара (обычно крупногабаритного, например, мебели)
- а) жирный
 - б) шрифт с вензелями
 - в) тонкий
3. Какой фон считается идеальным для шрифта черного цвета?
- а) желтый
 - б) серый
 - в) красный
4. Как принято выделять купон для отреза?
- а) волнистой линией
 - б) жирной линией
 - в) пунктирной линией
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-в

Тема 1.139

Анализ психологического воздействия готовой сувенирной продукции на потребителей.

Самостоятельная аудиторная работа №99

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой элемент дизайна привлекает больше внимания?
- а) фотография
 - б) графика
 - в) шрифт
2. Какие ассоциации вызывает синий цвет?
- а) прочности
 - б) свежести и прохлады
 - в) тепла
3. Какой по счету кадр в секунде нередко используется в управлении сознанием человека?
- а) 36
 - б) 25
 - в) 12
4. К чему сводится экономическая функция рекламы?
- а) к стимулированию сбыта и наращиванию объемов прибыли от реализации некой продукции за определенную единицу времени
 - б) к оказывает огромное воздействие на формирование массового общественного сознания и сознание каждого индивидуума, ей внимающего
 - в) потребительским инстинктам людей, побуждая их к повышению уровня своего благосостояния
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 1.140

Анализ психологического воздействия готовой сувенирной продукции на потребителей.

Самостоятельная аудиторная работа №100

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Информирование их о новых товарах, услугах, местах продаж относится к

- а) привлечение клиентов
 - б) увеличение продаж
 - в) регулирование сбыта
2. Какую рекламу не запомнит зритель?
- а) правдивую
 - б) глупую
 - в) посредственную
3. Бегущая строка чаще всего относится к рекламе
- а) радиорекламе
 - б) промо-акциям
 - в) телевизионной
4. Принты, листовки, наклейки, визитки относятся к
- а) полиграфии
 - б) наружной рекламе
 - в) аудиорекламе
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-а

Тема 1.141

Анализ психологического воздействия готовой сувенирной продукции на потребителей.

Самостоятельная аудиторная работа №101

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое ситилайт?
- а) конструкция, устанавливаемая на тротуарах и вдоль проезжей части
 - б) отдельные щиты с рекламными плакатами 3×6 м, 4×8 м
 - в) отдельностоящие щиты с рекламными плакатами, как правило, размером 5×12 м
2. Что такое брандмауэр?
- а) выносная складная конструкция с информацией на одной или двух рекламных поверхностях
 - б) конструкция из металла или пластика в виде панно. Содержит определенное количество ячеек, в которых располагается печатная рекламная продукция в формате 5×9 см. Применяется в торговых центрах, в кинотеатрах, в розничных сетях
 - в) огромный плакат или щит на стене здания
3. Внедрение рекламы товара или услуги в сюжетную линию кино или иного продукта индустрии развлечений- это
- а) прямая почтовая рассылка
 - б) продакт-плейсмент
 - в) реклама в местах продаж
4. Опровержение ненадлежащей рекламы
- а) контрреклама
 - б) антиреклама
 - в) пиар
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-а

Тема 1.142

Анализ психологического воздействия готовой сувенирной продукции на потребителей.

Самостоятельная аудиторная работа №102

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какие ощущения могут быть использованы в рекламе?

- а) зрительные
 - б) слуховые
 - в) оба варианта могут быть
2. Какой закон используется в создании рекламы?
- а) закон краткости
 - б) закон узнаваемости
 - в) закон подробностей
3. Отсутствие повторения называется эффектом
- а) интерференция
 - б) угасание
 - в) амнезия
4. Метод стимулирования запоминания рекламы без надоедания
- а) использование юмора
 - б) ритмическая организация рекламных сообщений
 - в) оба варианта верны
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-в

Тема 1.143

Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей. Самостоятельная аудиторная работа №103 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что означает термин «визуальное восприятие рекламы»?
- а) восприятие зрительно
 - б) восприятие на слух
 - в) интуитивное восприятие
2. Процесс запоминания, сохранения и последующего воспроизведения
- а) демонстрация
 - б) память
 - в) рекламирование
3. Естественный процесс восприятия рекламы:
- а) запоминание без напоминаний
 - б) забывание без напоминаний
4. Мыслительная операция, которая характеризуется, как отвлечение это
- а) абстрагирование
 - б) конкретизация
 - в) анализ
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а

Тема 1.144

Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей. Самостоятельная аудиторная работа №104 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое эмоция?
- а) душевное переживание, чувство
 - б) пониженный интерес к окружающему миру и людям
 - в) состояние сознания и ощущений, в котором человек не отличает возникающие в собственном сознании ощущения от внешней реальности
2. Базовая составляющая эмоционального фона человека?
- а) любовь
 - б) ненависть

- в)оба варианта верны
3. Самый сильный вид памяти у человека?
- а) зрительная
 - б) осязательная
 - в) эмоциональная
4. Конечная цель рекламного послания
- а) покупка товара потребителем
 - б) лояльное отношение потребителя к товару
 - в) информирование о товаре
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-а

Тема 1.145

Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей. Самостоятельная аудиторная работа №105 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Краткая письменная форма, представленная заказчиком для начала работ по медиапланированию и составлению концепции будущей рекламной кампании. После согласования брифа агентство самостоятельно подготавливает технические средства рекламного воздействия и оценивает их стоимость, а также составляет медиа-план распространения рекламы
- а) рекламный бюджет
 - б) бриф
 - в) продолжительность
2. Общее представление о рекламной кампании, включающее: рекламную идею, аргументацию, обоснование выбора средств распространения рекламы, тип и логику рекламной кампании с учетом маркетинговых задач рекламодателя
- а) медиаплан
 - б) медиа-микс
 - в) концепция
3. Идеология рекламной кампании, предусматривающая четырех- (и более) кратное повторение рекламы
- а) охват «четыре плюс»
 - б) конкурентная стратегия
 - в) рекламные мероприятия
4. Показы, выставки, BTL и PR акции, дегустации и т.д.
- а) концепция
 - б) рекламные мероприятия
 - в) рекламный бюджет
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.146

Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей. Самостоятельная аудиторная работа №106 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Определив целевую аудитория и цели, нужно разработать общий творческий подход к рекламе, ее творческую стратегию. Этот процесс называется
- а) разработка рекламного обращения
 - б) исполнение обращения
 - в) оценка и выбор вариантов обращения
2. Представление персонажей, использующих товар, в обыденной обстановке

- а) демонстрация технического и профессионального опыта в производстве товара
 - б) использование научных данных
 - в) зарисовка с натуры
3. Экономический результат, полученный от применения рекламного средства или организации рекламной кампании
- а) экономическая эффективность рекламы
 - б) психологическая эффективность
 - в) оба варианта верны
4. Убедительная функция рекламы состоит в
- а) привлечении внимания клиентов к новому товару или услуге
 - б) формировании устойчивого спроса и лояльной аудитории, ценящей продукцию за ее преимущества относительно других производителей
 - в) привлечении внимания к компании или продукции, которые уже заняли свою нишу на рынке
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 1.147

Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей. Самостоятельная аудиторная работа №107 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой этап разработки рекламной кампании зависит от доступного бюджета, специфики продукта, выбранной идеи ?
- а) проведение маркетинговых исследований
 - б) выбор каналов распространения рекламы
 - в) поиск основной идеи и творческой стратегии
2. Метод управления рекламной деятельностью должен быть:
- а) гибким и адаптивным
 - б) жестким
 - в) оба варианта верны
3. Комплекс рекламных мероприятий, объединенных целью (целями), для реализации маркетинговой стратегии рекламода-теля путем побуждения заданного круга потребителей к действию с помощью рекламных обращений
- а) маркетинговые исследования
 - б) рекламная кампания
 - в) пиар
4. Динамичные ситуации в рекламной кампании:
- а) резкое изменение позиции товара
 - б) выход какого-либо товара
 - в) оба варианта верны
- Ответ: 1-б, 2-а, 3-б, 4-в

Тема 1.148

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков. Самостоятельная аудиторная работа №108 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Задача рекламы на стадии подготовки рынка
- а) информирование потребителей
 - б) стимулирование покупки
 - в) переориентация покупателей
2. Функция торговой рекламы?

- а) повышение качества торгового обслуживания покупателей
- б) современные эстетические требования
- в) информация для населения об отдельных торговых предприятиях

3. Какие науки используются в рекламе?

- а) психология
- б) менеджмент
- в) оба варианта верны

4. Покупатели других магазинов регулярно посещают магазины-конкуренты

- а) лояльные
- б) новые
- в) постоянные

Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-а

Тема 1.149

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Самостоятельная аудиторная работа №109

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что является методом стимулирования будущих выгод, уменьшения риска, избежания проблем?

- а) образцы, пробные предложения, бесплатные демонстрации
- б) снижение цены
- в) игры, лотереи, розыгрыши

2. Что определяет размер среднего чека?

- а) стимулирование сбыта группы определенных товаров
- б) рост средней стоимости покупки
- в) увеличение потока покупателей

3. Показателем коммуникативного эффекта является:

- а) стоимость размещения рекламного обращения в носителе
- б) стоимость 1000 контактов с целевой потребительской аудиторией
- в) рейтинг рекламоносителя

4. К рекламе на транспорте относится:

- а) реклама, которая размещается в сети Интернет
- б) рекламные плакаты, которые размещены на наружных сторонах транспортного средства
- в) рекламные билборды, расположенные вдоль проезжей части

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-б

Тема 1.150

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №41

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.151

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №42

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.152

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №43

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.153

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №44

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.154

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №45

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.155

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №46

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.156

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №47

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.157

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №48

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.158

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №49

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.159

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №50

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема1.160

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №51

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.161

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №52

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.162

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №53

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.163

Изготовление эскиза, макета корпоративных значков.

Практическое занятие №54

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 1.164

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Самостоятельная аудиторная работа №110

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Реклама направлена на определённую аудиторию при помощи конкретных средств
 - а) прямая
 - б) косвенная
2. Реклама с целью расширения сбыта продукции, нацеленная на быструю реакцию потребителя
 - а) стимулирующая
 - б) имиджевая
 - в) сбытовая
3. Реклама, которая информирует представление, обращаясь к разуму потенциального покупателя
 - а) эмоциональная
 - б) рациональная
 - в) увещательная
4. Вид рекламы предполагает размещение текстовых сообщений либо иллюстраций в изданиях, посвященных недвижимости
 - а) печатная

б) адресная

в) интернет

Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-а

Тема1.165

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №55

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.166

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №56

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.167

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №57

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.168

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №58

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.169

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №59

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.170

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №60

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.171

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №61

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.172

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №62

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.173

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №63

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.174

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №64

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.175

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №65

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.176

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №66

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.177

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №67

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.178

Изготовление эскиза, макета объемных наклеек.

Практическое занятие №68

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.179

Выполнение семиотического анализа рекламного продукта.

Практическое занятие №69

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема1.180

Выполнение семиотического анализа рекламного продукта.

Практическое занятие №70

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01**

Реклама).

Тема 1.181

Выполнение семиотического анализа рекламного продукта

Самостоятельная аудиторная работа №111

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое семиотика?
 - а) общая теория, исследующая свойства знаков и знаковых систем
 - б) раздел экономики, изучающий методологию маркетинга
 - в) наука, изучающая процессы и закономерности психической деятельности
 2. С чем связана наука семиотика?
 - а) словами
 - б) шрифтами
 - в) знаками и символами
 3. Что включает в себя семиотический анализ?
 - а) анализ вербальных знаков
 - б) анализ визуальных знаков
 - в) оба варианта верны
 4. Знаки, которые мы видим и интерпретируем
 - а) вербальные
 - б) визуальные
 - в) символические
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-в, 4-б

Тема 1.182

Выполнение семиотического анализа рекламного продукта

Самостоятельная аудиторная работа №112

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что является «первым сообщением» в рекламной семиотике?
 - а) текст
 - б) рисунок
 - в) дискретные знаки
 2. в переводе с английского языка слово «usability» означает:
 - а) удобство
 - б) охват
 - в) аудитория
 3. Информационное содержание сайта (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др. это
 - а) аудитория
 - б) контент
 - в) акция
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б

Тема 1.184

Разработка и технология производства рекламного буклета. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе.

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.185

**Приемы повышения читаемости рекламного текста, художественный,
компьютерный дизайн в рекламе.**

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.186

**Разработка и технология производства рекламного баннера, особенности технологии
монтажа наружной рекламы.**

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.187

Создание, разработка рекламного слогана

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.188

Разработка и технология создания рекламной листовки, дисконтной карты.

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.189

Методы разработки рекламного аудиоролика. Режиссура рекламы.

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.190

Разработка и технология производства сувенирной рекламы.

Методы конструирования упаковки.

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.191

Технология производства рекламной статьи.

Композиция рекламного сообщения.

Комбинированный

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема1.192

Функция заключительной фразы в рекламном тексте.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.193

Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.194

Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст).

Практические технологии фоторекламы и их основные функции.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.195

Разработка и технология производства рекламной афиши.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.196

Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе.

Технология и планирование печатного производства.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.197

Особенности технологии производства аудиоролика.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема1.198

Особенности технологии монтажа и печати транзитной рекламы.

Комбинированный

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.1

**Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений.
Самостоятельная аудиторная работа №113**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Метод сжатия, основанный на поиске повторяющихся узоров в изображении

- а) LZW
- б) RLE
- в) JPEG

2. В каком году был разработан метод сжатия Хаффмана

- а) 1952
- б) 2010
- в) 1780

3. В каком формате можно выбрать степень сжатия?

- а) GIF
- б) TIFF
- в) JPEG

4. В формате TIFF поддерживаются режимы:

- а) 8, 16, 32 и 64 бит на канал
- б) 9, 15, 27 бит на канал
- в) 100, 200, 300 бит на канал

Ответы: 1-б, 2-а, 3-в, 4-а

Тема 2.2

**Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений.
Самостоятельная аудиторная работа №114**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Архивация и сжатие графических данных возможна

- а) при растровой графике
- б) при векторной графике
- в) оба варианта верны

2. Преобразование (либо обмен) чего-либо в иную форму или в другую координатную систему

- а) анимация
- б) конвертирование
- в) изолирование

3. Процедура обработки изображения или звукового ряда путем их сжатия с целью создания оптимального размера под конкретные цели.

- а) обработка
- б) стагнация
- в) ресемплирование

4. Способ достижения цели, программа построения и применения теории

- а) метод
- б) разработка
- в) исследование

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а

Тема 2.3

**Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений.
Самостоятельная аудиторная работа №115**

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Первая конференция по компьютерной графике в России состоялась

- а) в 2005 г.

- б) в 1991 г.
в) в 2019 г.
2. Самый первый графический эффект:
а) трансформеры
б) покадровая анимация
в) морфинг
2. Какой температурный режим выдерживает транзитная реклама?
а) от 0 до -45С
б) от -10С до +25С
в) от -25С до +75С
3. Понятие, которое раскрывает характер и степень взаимодействия между объектами или субъектами
а) интерактив
б) актив
в) субъектив
4. Воплощения идеи рекламного обращения, воздействующей на получателей рекламы с помощью статичного изображения, как правило, сопровождаемого текстовой информацией
а) графические средства рекламы
б) анимационные средства рекламы
в) постпродакшен
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 2.4

Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений. Самостоятельная аудиторная работа №116 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Малоформатное рекламное обращение, содержащее фирменные атрибуты и выпускаемое на самоклеющейся основе это
а) наклейка
б) постер
в) баннер
2. Малая форма графической рекламы, привлекающая внимание потребителя в процессе покупки и после нее
а) постер
б) билборд
в) этикетка
3. Элемент визуального восприятия мира, воспроизведение живописного, графического, скульптурного произведения
а) изображение
б) имидж
в) стилизация
4. В каком году появилась первая Российская студия графического дизайна?
а) 2000
б) 2007
в) 1955
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 2.5

Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений. Самостоятельная аудиторная работа №117

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В компьютерной анимации используется:

- а) векторная графика
- б) растровая графика
- в) оба варианта верны

2. Процесс, когда на человека надевается костюм с датчиками, он производит движения, требуемые по сценарию, встаёт в условленные позы, имитирует действия; данные с датчиков фиксируются камерами и поступают в компьютер, где сводятся в единую трёхмерную модель, точно воспроизводящую движения актёра, на основе которой позже (или в режиме реального времени) создаётся анимация персонажа

- а) визуальная технология
- б) цифровая технология
- в) маркерная технология

3. Совокупность специальных технологий, которые помогают создавать новые сцены и комбинировать отснятые материалы

- а) визуальные эффекты
- б) тактильные эффекты
- в) эмоциональные эффекты

Ответы: 1-в, 2-в, 3-в

Тема 2.6

Качество графических изображений.

Уменьшение размера графических изображений без потери качества.

Самостоятельная аудиторная работа №118

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Рекламный мотив, проходящий через весь текст

- а) стержень
- б) обруч
- в) кривая

2. Рекомендуемое количество компонентов в графической рекламе:

- а) 10
- б) 1
- в) 3

3. Короткая рекламная фраза, открывающая рекламный текст

- а) зачин
- б) прострация

в) текстовое поле

4. Функция зачина:

- а) информирование аудитории
- б) возбуждение интереса аудитории
- в) подробное повествование

Ответы: 1-а, 2-в, 3-а, 4-б

Тема 2.7

Качество графических изображений.

Уменьшение размера графических изображений без потери качества.

Самостоятельная аудиторная работа №119

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Сознательное выделение объектов с помощью цвета, яркости, света или тени, размера на рисунке или картине
 - а) акцент
 - б) центр
 - в) стратегия
 2. Наиболее важная для интонации составляющая частоты основного тона
 - а) диапазон
 - б) мелодика
 - в) регистр
 3. Темпоральная характеристика:
 - а) диапазон
 - б) ударение
 - в) пауза
 4. Модель при которой название товара в рекламном заголовке в большинстве случаев набирается тем же шрифтом, но другим цветом
 - а) шрифтовой интерпритации
 - б) индивидуализация
 - в) цветового разграничения
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-в

Тема 2.8

Качество графических изображений.

Уменьшение размера графических изображений без потери качества.

Самостоятельная аудиторная работа №120

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Панель Transform имеет функционал
 - а) окна, позволяющего открыть другие панели
 - б) панели преобразований
 - в) изменения цвета
 2. Отменить действие можно нажав кнопку
 - а) undo
 - б) window
 - в) redo
 3. Любую панель можно закрепить на
 - а) дополнительной панели
 - б) браузере
 - в) поисковике
 4. В программе **AdobeFlash** можно редактировать
 - а) графические изображения
 - б) видеофайлы
 - в) оба варианта верны
 5. Какую команду можно дать, нажав на горячие клавиши Cntrl+2(PC)?
 - а) масштабирование
 - б) кадрирование
 - в) сохранение
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 2.9

Качество графических изображений.

Уменьшение размера графических изображений без потери качества.

Самостоятельная аудиторная работа №121

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой функционал выполняют кнопки Show/Hide?
 - а) показать/скрыть
 - б) заблокировать/разблокировать
 - в) открыть/закрыть
 2. Инструмент, имитирующий рисование карандашом
 - а) Pencil Tool
 - б) Text Tool
 - в) Selection Tool
 3. Инструмент для трансформирования объектов
 - а) Eyedropper Tool
 - б) Line Tool
 - в) Free Transform Tool
 4. Инструмент для рисования овалов и окружностей
 - а) Subselection Tool
 - б) Oval Tool
 - в) Text Tool
 5. Инструмент для ввода текста
 - а) Free Transform Tool
 - б) Eraser Tool
 - в) Text Tool
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-б, 5-в

Тема 2.10

Качество графических изображений.

Уменьшение размера графических изображений без потери качества.

Самостоятельная аудиторная работа №122

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Кадр, при котором на временной шкале появляется новый экземпляр символа
 - а) главный
 - б) строевой
 - в) ключевой
2. Для чего используется пустой кадр?
 - а) для смысловой нагрузки
 - б) для разделения
 - в) для добавления символов
3. Можно ли удалить ключевой кадр?
 - а) можно только вместе с соседними кадрами
 - б) нельзя
 - в) можно
4. Анимация, создаваемая заданием различных значений свойства объекта в разных кадрах
 - а) раскадровка
 - б) анимация движения
 - в) анимация статики
5. Группа кадров на **временной шкале**, в которой одно или несколько свойств объекта на временной шкале меняются со временем
 - а) диапазон
 - б) плато
 - в) панель

Ответы: 1-в, 2-в,3-в, 4-б, 5-а

Тема 2.11

Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями.

Их достоинства и недостатки

Самостоятельная аудиторная работа №123

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Элемент графического интерфейса операционной системы, представляющий собой список команд, вызываемый пользователем для выбора необходимого действия над выбранным объектом
 - а)программа
 - б)интерфейс
 - в)контекстное меню
- 2.Особый подвижный знак, воспроизводящийся на экране дисплея и отмечающий рабочую точку
 - а)знак
 - б)шрифт
 - в) курсор
- 3.С какой стороны обычно располагается колонка панелей?
 - а)справа
 - б)слева
 - в)в центре
4. Для чего в выбранной папке можно использовать подменю Sort?
 - а)снабжение изображений дополнительной информации
 - б)присвоение изображениям ранга
 - в)сортировка файлов
5. В меню Image (Изображение) представлены команды, непосредственно относящиеся к работе с
 - а) изображениями
 - б)текстом
 - в)видео

Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 2.12

Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями.

Их достоинства и недостатки

Самостоятельная аудиторная работа №124

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Какое количество инструментов насчитывает стандартная панель?
 - а)более 600
 - б)более 60
 - в)более 6000
- 2.Что такое разрешение изображения?
 - а)количество пикселей по ширине и длине изображения
 - б)общее количество пикселей изображения
 - в)количество пикселей, которые укладываются на один сантиметр
3. Какой вид графики используется в Adobe Photoshop?
 - а)векторная

- б)растровая
 - в)фрактальная
- 4.Расширение графического файла
- а) *.doc
 - б) *.exe
 - в) *.Jpg
5. С помощью, какой команды можно изменить размер изображения, находящегося на каком-либо слое?
- а) размер холста
 - б) размер изображения
 - в) свободная трансформация
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-в, 5-б

Тема 2.13

Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями.

Их достоинства и недостатки

Самостоятельная аудиторная работа №125

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Для какой цели используется палитра «Навигатор»?
 - а) для масштабирования изображения
 - б) для перемещения отдельных слоев по плоскости графического изображения
 - в) для удаления отдельных фрагментов изображения
 2. Какую клавишу нужно нажать для выхода из режима трансформации и применения изменений?
 - а) Ctrl
 - б) Alt
 - в) Tab
 3. Какой инструмент Adobe Photoshop служит для выделения областей одного цвета?
 - а) Лассо
 - б) Волшебная палочка
 - в) Штамп
 4. Как называется инструмент, позволяющий залить изображение двумя плавно перетекающими друг в друга цветами?
 - а) текстура
 - б) узор
 - в)градиент
 5. Какая комбинация клавиш соответствует команде меню Отмена выделения?
 - а) Shift+Ctrl+I
 - б) Shift+Ctrl+U
 - в) Ctrl+D
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 2.14

Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями.

Их достоинства и недостатки

Самостоятельная аудиторная работа №126

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Режим Быстрая Маска позволяет

- а) маскировать часть изображения
 - б) вырезать часть изображения
 - в) редактировать существующее выделение
2. Инструмент Архивная кисть (History Brush Tool) служит для
- а) настройки параметров палитры История (History)
 - б) рисования с использованием узоров (Patterns)
 - в) стирания лишних операции из палитры «История»
3. Какой инструмент удобнее всего использовать для ретуширования проблемных участков кожи лица, например, прыщей?
- а) Ластик (Eraser Tool)
 - б) Штамп (Clone Stamp Tool)
 - в) Восстанавливающая кисть (Healing Brush Tool)
4. Продолжите фразу. Панель Каналы (Channels):
- а) показывает данные об изображении в разных цветовых каналах
 - б) нужна для просмотра разнообразных опций цветокоррекции
 - в) представляет собой слои разного цвета
5. В файлах растровых форматов запоминаются
- а) размер изображения
 - б) битовая глубина
 - в) данные, описывающие рисунок
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-а, 5-б

Тема 2.15

Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями.

Их достоинства и недостатки

Самостоятельная аудиторная работа №127

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какое расширение файлов является в Adobe Photoshop основным?
 - а) *.BMP
 - б) *.GIF
 - в) *.PSD
 2. Какой из параметров нельзя выбрать при создании нового изображения?
 - а) разрешение
 - б) ширина
 - в) длина
 3. Как добавить новые палитры на рабочий стол программы?
 - а) с помощью вкладки «Просмотр»
 - б) с помощью вкладки «Окно»
 - в) с помощью вкладки «Изображения»
 4. С помощью какого инструмента или команды осуществляется обрезка изображений?
 - а) кадрирование
 - б) перемещение
 - в) инверсия
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-б, 4-а

Тема 2.16

Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями.

Их достоинства и недостатки

Самостоятельная аудиторная работа №128
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Для чего в Photoshop применяются фильтры?
 - а) для улучшения контрастности изображений
 - б) для удаления отдельных фрагментов изображения
 - в) для нанесения различных художественных эффектов
 2. Какая комбинация клавиш соответствует команде меню Инверсия?
 - а) Ctrl+T
 - б) Ctrl+D
 - в) Shift+Ctrl+I
 3. Инструмент Магнитное Лассо используется для
 - а) перемещения каких-либо участков изображения
 - б) выделения контрастных участков изображения
 - в) выделения любых участков изображения
 4. Начиная с какой версии Photoshop, в панели слоёв появился поиск слоёв?
 - а) CS6
 - б) CC
 - в) CS3
 5. Нажатие правой клавишей мыши на иконке какого-либо инструмента на панели инструментов
 - а) показывает данные по выбранному инструменту
 - б) увеличивает размер и интенсивность выбранного инструмента
 - в) показывает дополнительные инструменты, относящиеся к выбранному инструменту
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.17

Область применения графических редакторов.

Самостоятельная аудиторная работа №129

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что происходит при вводе команды «Выбрать всё» (Select All), комбинация клавиш Ctrl+A
 - а) выбираются все открытые документы
 - б) выделяются все слои в панели слоёв
 - в) выделяются все пиксели активного слоя
 2. С каким максимальным масштабом можно увеличить изображение в Photoshop версий CS6 и CC (Creative Cloud)
 - а) 800%
 - б) 1600%
 - в) 3200%
 3. При сохранении растровых изображений для типографии используют формат
 - а) GIF
 - б) TIFF
 - в) IFF
 4. Является ли слой-маска отдельным каналом
 - а) нет
 - б) да
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-б

Тема 2.18

Область применения графических редакторов.

Самостоятельная аудиторная работа №130
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Растровая графика используется
 - а) для множества объектов природного или искусственного происхождения
 - б) для создания художественных композиций
 - в) проектно-конструкторских работ
 2. Какой вид графики используется в Adobe Photoshop
 - а) векторный
 - б) фрактальный
 - в) растровый
 3. Выберите расширение графического файла
 - а) exe
 - б) jpg
 - в) bak
 4. С помощью какой команды можно изменить размер изображения, находящегося на каком-либо слое?
 - а) свободная трансформация
 - б) объединить слои
 - в) размер холста
 5. Для какой цели используется палитра "Навигатор"
 - а) для перемещения отдельных слоев
 - б) для перемещения изображения
 - в) для масштабирования изображения
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-б, 4-а, 5-в

Тема 2.19

Область применения графических редакторов.

Самостоятельная аудиторная работа №131

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какое назначение инструмента "Штамп"?
 - а) удаление
 - б) клонирование
 - в) перемещение
2. Какую клавишу нужно нажать для выхода из режима трансформации и применения изменений?
 - а) tab
 - б) enter
 - в) alt
3. Какой инструмент Adobe Photoshop служит для выделения областей одного цвета?
 - а) пипетка
 - б) лассо
 - в) волшебная палочка
4. Как называется инструмент, позволяющий залить изображение двумя плавно перетекающими друг в друга цветами?
 - а) градиент
 - б) узор
 - в) заливка
5. Режим Быстрая Маска позволяет:
 - а) вырезать часть изображения

- б) максимизировать выделение
 - в) создавать новое выделение
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-в

Тема 2.20

Область применения графических редакторов.

Самостоятельная аудиторная работа №132

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой из параметров нельзя выбрать при создании нового изображения?
 - а) длина
 - б) ширина
 - в) режим
 2. Как добавить новые палитры на рабочий стол программы?
 - а) с помощью вкладки «просмотр»
 - б) с помощью вкладки «окно»
 - в) с помощью вкладки «слои»
 3. С помощью какого инструмента или команды осуществляется обрезка изображений?
 - а) инверсия
 - б) кадрирование
 - в) перемещение
 4. Для чего в Photoshop применяются фильтры?
 - а) для нанесения художественных эффектов
 - б) для улучшения яркости
 - в) для улучшения контрастности
 5. Какой инструмент позволяет сделать многоугольное выделение?
 - а) магнитное лассо
 - б) волшебная палочка
 - в) прямоугольное лассо
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-а, 5-в

Тема 2.21

Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №133

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Инструмент Магнитное Лассо используется для
 - а) выделения любых участков изображений
 - б) выделения контрастных участков изображений
 - в) перемещения участков
2. Что происходит, когда при трансформировании области командой Редактирование-Трансформирование-Масштаб удерживается клавиша Shift?
 - а) сохраняются пропорции
 - б) масштабируется изображение
 - в) выделенная область копируется
3. Растровое изображение создается с использованием
 - а) пикселей
 - б) примитивов
 - в) нет верного ответа
4. Качество растрового изображения зависит от

- а)количества цветов
 - б)количества объектов на картинке
 - в)размера изображения
5. Растровые изображения чувствительны к

- а)количеству цветов
- б)реструктуризации
- в)масштабированию

Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.22

Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №134

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Когда в растровом изображении появляется ступенчатый эффект?
 - а)при увеличении изображения
 - б)при уменьшении изображения
 - в)при раскрашивании изображения
 2. Когда в растровом изображении несколько соседних точек преобразуются в одну?
 - а)при увеличении изображения
 - б)при уменьшении изображения
 - в)при раскрашивании изображения
 3. Векторные изображения формируются из
 - а)графических примитивов
 - б)пикселей
 - в)геометрических форм
 4. Векторные графические изображения хорошо поддаются масштабированию так как
 - а)используется высокое пространственное решение
 - б)они формируются из примитивов
 - в)они формируются из пикселей
 5. Программа создания, редактирования и просмотра графических изображений – это
 - а)графический редактор
 - б)текстовый редактор
 - в)нет правильного ответа
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-а

Тема 2.23

Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №135

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Графический редактор Paint предназначен для того, чтобы:
 - а)создавать и редактировать графические изображения
 - б)редактировать вид начертания шрифта
 - в)настраивать анимацию
2. Большой размер файла – один из недостатков
 - а)векторной графики
 - б)растровой графики
 - в)нет правильного ответа
3. Телекоммуникация – это

- а) общение между людьми через телевизионные мосты
 - б) технические средства передачи информации
 - в) обмен информацией на расстоянии с помощью почтовой связи
4. Сервер – это
- а) сетевая программа, которая ведет диалог одного пользователя с другим
 - б) мощный компьютер, к которому подключаются остальные компьютеры
 - в) стандарт, определяющий форму представления и способ пересылки сообщения
5. Модем – это
- а) мощный компьютер, к которому подключаются остальные компьютеры
 - б) персональная ЭВМ, используемая для получения и отправки корреспонденции
 - в) устройство, преобразующее цифровые сигналы компьютера в аналоговый цифровой сигнал и обратно
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.24

Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №136

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Скорость передачи данных – это
- а) количество бит информации, передаваемой через модем в единицу времени
 - б) количество информации, передаваемой в одну секунду
 - в) количество байт информации, передаваемых за одну минуту
2. Адресация – это
- а) способ идентификации абонентов в сети
 - б) почтовый адрес пользователя сети
 - в) количество бод, пересылаемой информации вашим модемом
3. Локальные компьютерные сети – это
- а) сеть, к которой подключены все компьютеры вашего города
 - б) сеть, к которой подключены компьютеры вашего офиса, кабинета информатики или одного здания
 - в) сеть, к которой подключены все компьютеры
4. Сетевой адаптер – это
- а) специальное аппаратное средство для эффективного взаимодействия персональных компьютеров сети
 - б) специальная система управления сетевыми ресурсами общего доступа
 - в) специальная программа, через которую осуществляется связь нескольких компьютеров
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в.

Тема 2.25

Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №137

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Домен – это
- а) часть адреса, определяющая адрес компьютера пользователя в сети
 - б) название программы для осуществления связи между компьютерами
 - в) единица измерения информации
2. Какая сеть самая неустойчивая?
- а) простое соединение

- б) соединение звездой
 - в) соединение шиной
 - 3. Траффик – это
 - а) название сетевого протокола
 - б) объем переданной информации по сети
 - в) Устройство, подключающее компьютер к сети
 - 4. Укажите устройство для подключения компьютера к сети
 - а) сканер
 - б) монитор
 - в) мышь
 - 5. Единица скорости передачи информации модемом
 - а) бод
 - б) байт
 - в) бит
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.26

Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Самостоятельная аудиторная работа №138

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- 1.Провайдер – это
 - а) Компьютер, предоставляющий транзитную связь по сети
 - б) Фирма, предоставляющая сетевые услуги
 - в) Специалист по компьютерным сетям
 2. Браузер – это
 - а) программа просмотра гипертекстовых документов
 - б) компьютер, подключенный к сети
 - в) главный компьютер в сети
 3. Гипертекст – это
 - а) текст, введенный с клавиатуры в память компьютера
 - б) структурированный текст, в котором могут осуществляться переходы по выделенным ссылкам
 - в) текст, в котором используется очень сложный шифр
 4. Какой фильтр нужно использовать, чтобы придать резкость слегка размытому изображению, не теряя при этом контроль над процессом?
 - а) Контурная резкость
 - б) Резкость на краях
 - в) Увеличение резкости
 5. С помощью какого инструмента можно выделить все пиксели одного цвета?
 - а) Волшебная палочка
 - б) Палец
 - в) Точечная лечащая кисть
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-б, 4-в, 5-а

Тема 2.27

Интерфейс программы AdobeFlash, основные команды и панели. Самостоятельная аудиторная работа №139

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой инструмент необходимо использовать, чтобы изменить цвет или тон слоя?
 - а) Растрированный слой
 - б) Корректирующий слой
 - в) Слой-маска
 2. Придать изображению или фигуре другую форму можно с помощью
 - а) коррекции.
 - б) деформации.
 - в) растрирования.
 3. Клавиша F7 скрывает/показывает панель
 - а) Образцы
 - б) Инструменты
 - в) Слои
 4. С какой целью используется панель «Навигатор»?
 - а) Для изменения масштаба просмотра изображения
 - б) Для изменения порядка слоев на изображении
 - в) Для перемещения отдельных слоев по плоскости изображения
 5. Для задания исходной точки клонирования инструментом «Штамп» нужно щелкнуть на ней мышкой при
 - а) нажатой клавише Alt
 - б) нажатой клавише Shift
 - в) нажатой клавише Ctrl
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-а

Тема 2.28

Интерфейс программы AdobeFlash, основные команды и панели. Самостоятельная аудиторная работа №140 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как можно уменьшить размер графического файла *.jpg с помощью FS, не изменяя разрешение?
 - а) Сохранить его в формате TIFF
 - б) Понизить качество файла (image options)
 - в) Использовать различные режимы смешивания (blending mode)
 2. Как можно вырезать часть файла, (выделив его предварительно), так, чтобы вырезанное оказалось только на новом слое?
 - а) Layer/New/Layer Via Copy
 - б) Layer/New/Layer Via Cut
 - в) Select/Load Selection/Ok
 3. Есть три слоя. Каждый из них полностью залит определенном цветом. В окне “Layers” слои расположены сверху вниз в таком порядке : Layer 5 (красный), Layer 8 (белый), Layer 1 (синий). Режим смешивания normal. Каким цветом будет залито рабочее окно?
 - а) Белым
 - б) Красным
 - в) Синим
 4. В рабочем окне открыта фотография. Что будет, если нажать комбинацию клавиш Shift+Ctrl+U (Desaturate)?
 - а) Фото станет чёрным
 - б) Фото станет Белым
 - в) Фото станет чёрно-белым
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 2.29

**Интерфейс программы AdobeFlash, основные команды и панели.
Самостоятельная аудиторная работа №141
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. На фотографии чёрная коробка на зелёной траве. Слой, расположенный ниже залит синим цветом. Что произойдёт после следующих операций : Select/Color Range/В открывшемся окне клик на коробку/Ok/Edit/Cut.
 - а) На фотографии на месте коробки будет синее пятно
 - б) Откроется окно “Save As”
 - в) Зелёная трава исчезнет, а в рабочем поле останется только коробка на синем фоне.
 2. Что значит RGB?
 - а) Red, Green, Blue
 - б) Red, Green, Black
 - в) Red, Great, Black
 3. Как запускается режим Quick Mask?
 - а) Q+M
 - б) Q
 - в) Ctrl+U
 4. Открыта фотография. На ней изображено озеро. Создается новый слой, ложится поверх слоя с озером, при этом его Opacity устанавливается на 0,2% Что визуально изменится на фотографии?
 - а) Ничего не изменится
 - б) С фотографии исчезнут все чёрные поля
 - в) Разрешение фотографии уменьшится на 0,2%
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в

Тема 2.30

**Установки проекта ролика. Ключевые и пустые кадры.
Самостоятельная аудиторная работа №142
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Каким фильтром можно наиболее быстро немного увеличить резкость фотографии?
 - а) Filter/Sharpen/Unsharp Mask
 - б) Filter/Blur/Blur
 - в) Filter/Noise/Median
2. С помощью какого инструмента PS можно в автоматическом режиме сделать панораму из нескольких фото?
 - а) File/Save As
 - б) File/Automate/Photomerge
 - в) File/Scripts/Image Processor
3. Как можно вдвое уменьшить разрешение фотографии?
 - а) Image/Image Size/ В окне устанавливаем Width и Height по 50%. Constrain Proportions включено.
 - б) Image/Image Size/ В окне устанавливаем Width на 50%, а Height на 200%. Constrain Proportions выключено.
 - в) Image/Image Size/ В окне устанавливаем Width на 2000%, а Height на 50%. Constrain Proportions выключено.
4. Какими клавишами можно увеличивать/уменьшать размер кисти?
 - а) “1”, “2”
 - б) “,” “.”
 - в) “[”, “]”

Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-в

Тема 2.31

Установки проекта ролика. Ключевые и пустые кадры.

Самостоятельная аудиторная работа №143

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Каким инструментом можно копировать пиксели из одной части фотографии в другую ничего не вырезая, не выделяя и не перемещая?
 - а) Magic Wand Tool
 - б) Clone Stamp Tool
 - в) Clone Stamp Tool
 2. Какого инструмента в PS нет?
 - а) Audio Annotation Tool
 - б) Slice Select Tool
 - в) Eyebobber Tool
 3. Каким инструментом чаще всего пользуются для быстрого ретуширования проблемных частей кожи на фотографиях?
 - а) Healing Brush
 - б) Eraser Tool
 - в) Magic Eraser Tool
 4. Какой опции не предусмотрено в панели Transform?
 - а) Rotate 45 CW
 - б) Rotate 90 CCW
 - в) Rotate 90 CW
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а

Тема 2.32

Покадровая анимация.

Анимация движения простая, анимация движения по траектории.

Самостоятельная аудиторная работа №144

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как называется встроенный в PS браузер для удобного поиска и открытия графических файлов?
 - а) Adobe Bridge
 - б) Adobe Porridge
 - в) Adobe Courage
2. Можно ли с помощью PS CS2 работать с HDRi (high dynamic range image), и если можно, то с помощью какой команды?
 - а) Нет. Этим занимаются специальные программы, например, Photomatix
 - б) Да. File/Automate/Merge to HDR
 - в) Нет. HDRi можно сделать только вручную, в настройках цифрового фотоаппарата.
3. Как можно вновь открыть любое случайно закрытое вами окно в PS?
 - а) View/Screen Mode/Full Screen Mode
 - б) Window/ и далее нужное окно
 - в) View/Show Grid
4. Удерживая какую кнопку можно проводить идеально прямые линии с помощью инструмента Brush Tool?
 - а) Ctrl
 - б) Tab
 - в) Shift

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 2.33

Покадровая анимация.

Анимация движения простая, анимация движения по траектории.

Самостоятельная аудиторная работа №145

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1.Какая клавиша вызывает окно Заполнить?

- а) Enter
- б) Esc
- в) Shift+F5

2. Для чего используется комбинация клавиш Ctrl+E?

- а) создать дубликат слоя
- б) выполнить сведение
- в) объединить слои

3. Где применяются Булевы операции с выделениями?

- а) В 3д графике
- б) В 3д и 2д графике
- в) В 2д графике

4. В каких случаях для вырезания объекта из фона применяется именно Быстрая маска?

- а) когда объект имеет сложный контур и неоднородный фон
- б) когда выделяемый из фона объект имеет простые геометрические формы
- в) когда выделяемый из фона объект имеет большой размер

5. В каких ситуациях рекомендуется изменить цвет быстрой маски?

- а) когда цвет маски и фона одинаковы
- б) когда цвет маски белый
- в) когда цвет маски черный

Ответы: 1-в, 2-в, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.34

Изменение размеров в движении. Анимация формы.

Самостоятельная аудиторная работа №146

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1.Каким инструментом можно исправить выделенный в режиме Быстрой маски контур, если при обводке контура вы захватили лишние области.

- а) ластик
- б) Прямоугольная область
- в) Штамп

2. Для какого рода выделений можно применить инструмент Цветовой диапазон?

- а) для простых с однородным фоном
- б) если выделяемый объект расположен на неоднородном фоне
- в) когда объект имеет простой контур

3. Инструмент Быстрое выделение расположен в одной группе с Волшебной палочкой, но в отличие от нее

- а) позволяет производить быстрое выделение объекта только на однородном фоне
- б) позволяет производить быстрое выделение только объектов с простой геометрической формой контура
- в) позволяет производить быстрое выделение на неоднородном фоне

4. Каким инструментом достигается точность настройки границ выделения при работе инструментом Быстрое выделение?

- а) размер
 - б) уточнить край
 - в) жесткость
5. Какой из настроек нет в фильтре Extract (Извлечение)?

- а) перемещение
- б) ластик
- в) рука

Ответы: 1-а, 2-а, 3-в, 4-б, 5-а

Тема 2.35

Изменение размеров в движении. Анимация формы. Самостоятельная аудиторная работа №147

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какая команда необходима для восстановления рабочих сред по умолчанию?
- а) редактирование-установки-интерфейс-восстановить рабочие среды по умолчанию
 - б) Окно-Рабочая среда-Новая рабочая среда
 - в) Редактирование-Установки-Производительность-Основные-Восстановить все сообщения
2. Какую клавишу следует нажать и удерживать, чтобы при рисовании инструментом Овальная область получить не эллипс, а окружность?
- а) Ctrl
 - б) shift
 - в) Alt
3. Какое расширение имеют кисти для Photoshop?
- а) INDD
 - б) ABR
 - в) CDR
4. Какие настройки нельзя применить для инструмента Кисть?
- а) жесткость
 - б) нажим
 - в) стиль

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 2.36

Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы. Самостоятельная аудиторная работа №148

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какую команду необходимо использовать для того, чтобы загрузить в Photoshop новую кисть с флешки или компакт диска?
- а) управление наборами-загрузить
 - б) Файл-Поместить
 - в) Файл-Экспортировать
2. Какую команду, эффект или фильтр нужно применить к фигуре, чтобы добавить ей объем?
- а) фильтр Добавить шум
 - б) эффект стиль слоя
 - в) команда Преобразовать в смарт объект
3. Каким инструментом на рисунке ниже можно двигать тень?
- а) Стрелка
 - б) Палец

- в) перемещение
4. Каким инструментом можно двигать направляющие линии?
- а) Стрелка
б) Палец
в) перемещение
5. Какая команда служит для создания направляющих?
- а) просмотр-новая направляющая
б) Просмотр-Показать-Все
в) Просмотр-Показать-Вспомогательные элементы
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-в, 5-а

Тема 2.37

Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы. Самостоятельная аудиторная работа №149 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой комбинацией клавиш можно изменить цвет фона с белого на черный?
- а) CTRL+O
б) CTRL+I
в) CTRL+J
2. Какая команда вызывает окно Новый слой?
- а) Слой-Создать дубликат слоя
б) Слой-Новый-Скопировать на новый слой
в) слой-новый-слой
3. Какая комбинация клавиш вызывает команду Свободное трансформирование?
- а) Shift+F5
б) Alt+Ctrl+Z
в) CTRL+T
4. Какую команду необходимо выполнить для векторного изображения перед тем, как применить к нему фильтр?
- а) слой-растрировать-слой
б) Слой-Новый-Слой
в) Слой-Новый корректирующий слой
5. В каких случаях на Палитре цветов выбирают не модель RGB, а модель CMYK?
- а) если изображение готовится для размещения на сайте в Сети
б) если изображение готовится для размещения на компакт-диске
в) если изображение готовится к печати в типографии
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.38

Управление роликом. Самостоятельная аудиторная работа №150 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой цвет соответствует параметрам R=0, G=0, B=0?
- а) черный
б) красный
в) синий
2. Для чего задают "Стили"?
- а) чтоб определить все параметры данного отрезка
б) чтобы задать цвет символов текста
в) чтобы задать однотипное оформление всех абзацев

3. Какие атрибуты текста нельзя изменить в Adobe Photoshop?
а) гарнитуру шрифта
б) пуансон
в) начертание шрифта
4. Какие из перечисленных ниже инструментов нельзя применить к тексту?
а) Стили
б) Градиент
в) расширения
5. Какой фильтр применяется для написания текста по кругу?
а) Исправление перспективы
б) Оформление
в) полярные координаты
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.39

Управление роликом.

Самостоятельная аудиторная работа №151

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какие параметры текста нельзя изменить в Adobe Photoshop?
а) Гарнитуру
б) каплевидный элемент
в) Начертание
2. Что визуально происходит с текстом, когда вы увеличиваете интерлиньяж?
а) визуально ничего не меняется
б) абзац выделяется на общем фоне
в) уплотняются строчки текста по вертикали
3. В каких единицах измерения задают размер шрифта (кегель) в Adobe Photoshop?
а) пиксели
б) пики
в) пункты
4. Какой возможности деформации текста нет в окне Деформировать текст?
а) цветом
б) волна
в) рыбий глаз
5. Можно ли текст в Adobe Photoshop перевести в кривые?
а) можно
б) нельзя
в) только векторный текст
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-а

Тема 2.40

Создание интерактивного диалога между роликом и пользователем.

Самостоятельная аудиторная работа №152

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что происходит с текстом, при его сохранении командой Сохранить как?
а) текст становится растровым
б) он сохраняется с расширением *.FON
в) текст становится векторной картинкой (изображением)
2. Большое количество установленных на ПК шрифтов:
а) не влияет на работу ПК

- б) замедляет работу ПК
 - в) ускоряет работу ПК
3. Какой вариант гарнитуры задает наиболее толстый и тяжелый вариант шрифта?
- а) Regular
 - б) bold
 - в) Italic
4. Какой инструмент применяется для расположения текста на траектории?
- а) стрелка
 - б) рука
 - в) перо
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 2.41

**Создание интерактивного диалога между роликом и пользователем.
Самостоятельная аудиторная работа №153
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)
Тестовые задания:**

1. Что происходит в процессе кернинга текста?
- а) корректировка межлитерного интервала
 - б) редактируются пропорции шрифта
 - в) меняется расстояние между строчками
2. Где задают трекинг и кернинг?
- а) на палитре Символ
 - б) на палитре Абзац
 - в) на палитре Контуры
3. Какую клавишу следует нажать для активизации инструмента Рамка?
- а) А
 - б) С
 - в) В
4. Какая из перечисленных ниже команд необходима для устранения дефектов освещения?
- а) Фильтр-Рендеринг
 - б) изображения-коррекция-тени/света
 - в) Изображение-Режим-RGB
5. Какую комбинацию клавиш следует использовать для увеличения масштаба изображения?
- а) Shift+
 - б) Alt+
 - в) CTRL+
- Ответы: 1-а, 2-а 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.42

**Создание интерактивных кнопок.
Самостоятельная аудиторная работа №154
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)
Тестовые задания:**

1. Инструмент Палец удаляет мелкие дефекты изображения путем их:
- а) стирания
 - б) размазывания
 - в) закрашивания

2. При использовании инструмента Штамп дополнительно используется клавиша:
- Ctrl
 - Shift
 - Alt
3. Для отката в Photoshop используется:
- комбинация клавиш <Ctrl+X>
 - команда Редактирование-шаг назад
 - комбинация клавиш <Ctrl+P>
4. Каким инструментом можно выполнить коррекцию оптических искажений изображения?
- кадрирование перспективы
 - Линейка
 - Перемещение с учетом содержимого
5. Для какого вида ретуши применяется инструмент Точечная восстанавливающая кисть?
- для локальной
 - для глобальной
 - для удаления татуировок большого размера
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.43

Создание интерактивных кнопок.

Самостоятельная аудиторная работа №155

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какие фильтры применяют для удаления веснушек?
- шум-пыль и царапины
 - Пластика
 - Стилизация
2. Какую комбинацию клавиш используют для объединения слоев?
- CTRL+C
 - CTRL+E
 - CTRL+D
3. Какой из настроек нет в фильтре Пластика?
- Реконструировать
 - штрих
 - Вздутие
4. Какой из инструментов ниже не используют для изменения цвета глаз?
- Красные глаза
 - Цветовой тон/Насыщенность
 - заплата
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 2.44

Знание и использование языка ActionScript.

Самостоятельная аудиторная работа №156

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой фильтр можно использовать для пилинга кожи (удаления морщин)?
- Дисторция
 - размытие по Гауссу
 - Пластика
2. Какой фильтр можно использовать для отбеливания желтых зубов?

- а) Экструзия
 - б)цветовой тон/насыщенность
 - в) Дисторция
3. Какой наилучший способ для реставрации оторванного на фото уголка?
- а)команды CTRL+C CTRL+V
 - б) Точечная восстанавливающая кисть
 - в) Волшебная палочка
4. Какой из инструментов не предназначен для исправления цветовых искажений?
- а) Фотофильтры
 - б)автотон
 - в) Цветовой баланс
5. Сколько цветовых каналов в модели RGB?
- а)один
 - б)два
 - в) три
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.45

Знание и использование языка ActionScript. Самостоятельная аудиторная работа №157

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что происходит в режиме смешивания слоев?
- а)пиксели активного слоя перемешиваются с пикселями слоя, расположенного над ним
 - б) пиксели верхнего слоя смешиваются с пикселями нижнего слоя
 - в) пиксели активного слоя смешиваются с пикселями слоя, расположенного непосредственно над ним
2. Что определяет параметр Неопрозрачность?
- а)он задает то, какое количество цвета из активного слоя добавить в результирующее изображение
 - б) он определяет прозрачность слоев
 - в) он задает то, какое количество цвета из верхнего слоя необходимо добавить в нижний слой
3. Какой из режимов наложения слоев установлен в программе по умолчанию?
- а) Яркость
 - б)обычные
 - в) Цветность
4. Что из себя представляет режим наложения слоев "Затемнение"?
- а) если установить в один проекционный экран два слайда и направить изображение на экран, то возникнет эффект, положенный в основу режима Затемнение. При этом изображение получается более темным, чем изображение на каждом из слоев
 - б) если два слайда осветить двумя независимыми проекторами и направить на один экран, то картина будет напоминать результат этого режима смешивания. Результирующее изображение в таком режиме Затемнение получается намного светлее каждого из слоев
 - в)этот режим использует темные участки верхнего слоя для затемнения нижнего слоя
5. О чем говорит гистограмма в виде "гребенки"?
- а) изображение очень темное
 - б) изображение очень светлое
 - в)изображение подвергалось компьютерной обработке
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.46

**Создание меню-просмотра изображений в редакторе AdobeFlash.
Самостоятельная аудиторная работа №158
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Каким из перечисленных ниже приемов нельзя улучшить гистограмму?
 - а) Установка точки белого
 - б) командой изображение-тримминг
 - в) командой Изображение-Коррекция-Тени/Света
 2. Сколько цветовых каналов в режиме Градации серого?
 - а) три
 - б) два
 - в) один
 3. Сколько цветовых каналов в режиме СМΥК?
 - а) четыре
 - б) два
 - в) три
 4. Если в зеленом цветовом канале использовать инструмент Осветлитель для глаз, то какого они станут цвета?
 - а) голубые
 - б) зеленые
 - в) черные
 5. Что произойдет с цветом губ модели, если в зеленом цветовом канале обвести их инструментом Затемнитель?
 - а) станет более светлой (бледной)
 - б) цвет губной помады станет неестественным (зеленым, синим и тому подобное)
 - в) станет более яркой
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.47

**Создание меню-просмотра изображений в редакторе AdobeFlash.
Самостоятельная аудиторная работа №159
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Какие цвета нужно смешать между собой, чтобы получить зеленый цвет?
 - а) красный и синий
 - б) голубой и желтый
 - в) черный и желтый
2. Какие из графических форматов слои не поддерживают?
 - а) PSD
 - б) JPG
 - в) TIF
3. Сколько слоев создает программа после запуска Photoshop и выполнения команды Файл-Создать?
 - а) один
 - б) два
 - в) три
4. Если сложить длину и ширину изображения, то какая должна быть ширина рамки для такого изображения?
 - а) 20% от суммы длины и ширины
 - б) 10% от суммы длины и ширины
 - в) 15% от суммы длины и ширины

5. Какой режим смешения слоев используется при рисовании капли?

- а) мягкий свет
- б) цветовой тон
- в) перекрытие

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.48

Сценарий рекламного анимационного ролика.

Самостоятельная аудиторная работа №160

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В чем назначение маски в Photoshop?

- а) защита изменений некоторых частей изображения
- б) маска скрывает слой или несколько слоев
- в) маска - важный инструмент ретуши, так как служит для скрытия дефектов изображения

2. Что такое и для чего применяются стили слоя?

- а) стиль слоя меняет вид слоя
- б) стиль слоя-это совокупность эффектов, которые применяется к содержимому слоя или группе слоев
- в) стиль слоя меняет содержание слоя

3. Для чего чаще всего используют маски слоев?

- а) использование масок слоев дает возможность быстрого создания коллажей и фотомонтажа
- б) для ретуши изображений
- в) для веб-дизайна

4. Где в интерфейсе Photoshop следует искать градиентную заливку Радуга на прозрачном?

- а) на палитре Цвет
- б) на панели атрибутов инструмента Градиент
- в) на палитре Образцы

5. Какой фильтр используют для рисования радуги на ПК?

- а) Адаптивный широкий угол
- б) Коррекция дисторсии
- в) полярные координаты

Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.49

Сценарий рекламного анимационного ролика.

Самостоятельная аудиторная работа №161

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой фильтр выбирают для того, чтобы радуга не выглядела чересчур ярко и четко?

- а) размытие по Гауссу
- б) Оформление
- в) Искажение

2. Какой инструмент используют для того, чтобы удалить не нужные части радуги?

- а) ластик
- б) Штамп
- в) Волшебный ластик

3. Какой фильтр применяется для создания эффекта движения?

- а) Размытие по Гауссу
- б) размытие в движении

- в) Искажение
4. Какой элемент фильтра задает силу размытия?
- а) флажок Смещение
б) переключатель Смещение
в) ползунок смещение
5. Подключаемые модули (плагины) будут нормально работать во всех версиях Adobe Photoshop?
- а) да
б) только прежние (старые) версии программы до появления версии CS (Creative Suite - творческий набор)
в) нет
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.50

Построение анимации. Работа со слоями.

Самостоятельная аудиторная работа №162

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой плагин позволяет изменить черты лица людей, животных?
- а) Face control
б) AV Brod Page Curl
в) HumanSoftSquizz
2. Какой настройки нет в фильтре Умная резкость?
- а) точнее
б) изогелия
в) радиус
3. Каким фильтром можно увеличить резкость фотографии?
- а) рендеринг
б) усиление резкости
в) шум
4. Какой из способов создания панорамы является наиболее простым?
- а) перспектива
б) цилиндр
в) авто
5. Какой командой можно задать время для периодического фонового сохранения и автоматического восстановления файлов?
- а) Файл-Автоматизация-Создать дроплет
б) Окно-Набор параметров для инструментов
в) редактирование-установки-обработка файлов
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.51

Построение анимации. Работа со слоями.

Самостоятельная аудиторная работа №163

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какого вида сортировки нет в палитре слоев?
- а) Сортировка по пиксельным слоям
б) Сортировка по корректирующим слоям
в) сортировка по векторным слоям
2. Каким цветом нельзя пометить слой или группу слоев?
- а) черным

- б) зеленым
 - в) синим
3. Какой командой вызывают панель для работы с микрооперациями?
- а) окно-операции
 - б) окно-свойства
 - в) окно-инструменты
4. В какой видеоформат Photoshop CS6 не экспортирует?
- а) H.264
 - б) 3GP
 - в) QuickTime
5. Какую команду используют для загрузки видео в Photoshop?
- а) файл-открыть
 - б) файл-поместить
 - в) файл-экпортировать
- Ответы: 1-в, 2-а, 3-а, 4-б, 5-а

Тема 2.52

Прорисовка рекламных объектов, героев.

Практическое занятие №1

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.53

Прорисовка рекламных объектов, героев.

Практическое занятие №2

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.54

Построение анимации. Работа со слоями.

Самостоятельная аудиторная работа №164

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Куда Photoshop помещает кадры видео?
 - а) в слои
 - б) в каналы
 - в) в контуры
2. Можно ли для кадров видео применять стили слоя, например, тиснение?
 - а) да
 - б) нет, только инструмент Текст
 - в) нет, но можно добавить Слой-маску
3. Сколько фокусных точек можно поставить на изображении с помощью фильтра Размытие поля?
 - а) ровно две
 - б) любое множество
 - в) не больше одной
4. Какой из этапов работы с видео предусматривает его передачу с внешнего устройства (камеры) на компьютер?
 - а) Монтаж
 - б) захват
 - в) Вывод фильма

5. Количество пикселей в изображении определяет его

- а) формат
- б) тип цветовой модели
- в) разрешение

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.55

Построение анимации. Работа со слоями.

Самостоятельная аудиторная работа №165

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Количество оттенков цвета в изображении называется

- а) глубиной цвета
- б) разрешением
- в) пикселем

2. Для запоминания каждого пикселя монохромного черно-белого (Black and White) изображения требуется

- а) 1 бит памяти компьютера
- б) 8 бит памяти компьютера
- в) 16 бит памяти компьютера

3. Для запоминания каждого пикселя изображения в оттенках серого (Grayscale) требуется

- а) только 1 бит памяти компьютера
- б) до 8 бит памяти компьютера
- в) ровно 2 бита памяти компьютера

4. Операция по изменению разрешения изображения называется

- а) поляризацией
- б) интерполяризацией
- в) диополяцией

5. При каком способе интерполяции для добавляемого программой пикселя берется значение пикселя соседнего с ним?

- а) бикубическая
- б) билинейная
- в) по соседним

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.56

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.

Практическое занятие №3

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.57

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.

Практическое занятие №4

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.58

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.

Практическое занятие №5

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.59

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №6

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.60

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №7

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.61

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №8

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.62

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №9

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.63

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №10

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.64

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №11

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.65

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №12

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.66

Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №13

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.67**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №14**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.68**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №15**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.69**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №16**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.70**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №17**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.71**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №18**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.72**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №19**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.73**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №20**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.74**
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №21**
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.**
- Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.75

Создание интерактивных кнопок управления.

Практическое занятие №22

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.76

Создание интерактивных кнопок управления.

Практическое занятие №23

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.77

Создание интерактивных кнопок управления.

Практическое занятие №24

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.78

Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением.

Практическое занятие №25

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.79

Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением.

Практическое занятие №26

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.80

Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением.

Практическое занятие №27

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.81

**Создание структуры рекламного анимационного ролика в графическом редакторе
AdobeFlash.**

Практическое занятие №28

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.82

Форматы интернет - рекламы, их качество и размер, ее размещение на сайте.

Самостоятельная аудиторная работа №166

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как расшифровывается аббревиатура SEM, часто используемая в интернет-маркетинге?
а) Search-Engine Marketing

- б) Structural Equation Modeling
 - в) Space Environment Monitor
2. Поисковая система Google была создана в период
- а) 2000 – 2005
 - б) 1990-2000
 - в) 1970 – 1980
3. Укажите все верные высказывания, относящиеся к рекламе в виде спонсорства
- а) Спонсорство состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям
 - б) спонсорство – это обеспечение материальной или информационной поддержки в обмен на рекламу
 - в) Спонсорство гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной.
4. Как называется совокупность действий по представлению витрины и раскладке товаров?
- а) мерчандайзинг
 - б) хостинг
 - в) ретаргетинг
5. Какой рынок наибольший из перечисленных ниже?
- а) Рынок услуг интернет рекламы
 - б) Рынок услуг web-рекламы
 - в) рынок услуг интерактивной рекламы
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а, 5-в

Тема 2.83

Форматы интернет - рекламы, их качество и размер, ее размещение на сайте.

Самостоятельная аудиторная работа №167

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как называется сервис контекстной рекламы Google?
- а) Adwords
 - б) Amazon
 - в) Ozon
2. Медиаселлеры – это
- а) компании, специализирующиеся в области сплит тестирования
 - б) компании, специализирующиеся на продаже рекламных площадей
 - в) компании, специализирующиеся в области поддержкой ИТ-инфраструктуры клиентов
3. Какая стратегия является оптимальной в случае онлайн-продажи массовых низко маржинальных товаров?
- а) Стимулировать скорейший персональный контакт посетителей с продавцом
 - б) целесообразно, чтоб покупатель обратился к продавцу только на финальной стадии
 - в) Средства сайта должны максимально быстро выводить посетителя на чат с экспертом или продавцом
4. В случае онлайн-продажи софт-товаров (товаров, которые можно получить по Сети) стратегия сайта предполагает следующее (отметьте все верные варианты)
- а) Следует стимулировать персональный контакт посетителей с продавцами
 - б) Средства сайта должны максимально быстро выводить посетителя на чат с экспертом или продавцом
 - в) весь процесс привлечения, информирования, убеждения покупателя, оплаты и получения товара следует организовать без персонального контакта с продавцом
5. Вид хостинга, при котором ваш веб-сайт находится на одном сервере вместе с

многочисленными другими сайтами называется

- а) веб-хостинг на базе виртуального сервера
- б) веб-хостинг на базе выделенного сервера
- в) разделяемый веб-хостинг

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.84

Форматы интернет - рекламы, их качество и размер, ее размещение на сайте.

Самостоятельная аудиторная работа №168

Тестовые задания:

1 Вид хостинга, при котором каждый аккаунт делит серверные ресурсы, доступную ширину канала и вспомогательные службы с другими участниками называется

- а) разделяемый веб-хостинг
- б) веб-хостинг на базе виртуального сервера
- в) веб-хостинг на базе выделенного сервера

2. Для чего предназначена CMS-система?

- а) для автоматизации работы с контентом сайта
- б) для автоматизации управления персоналом
- в) для подсчета количества кликов по ссылке

3. Какой главный параметр лёг в основу оценки веса страницы в технологии Page Rank?

- а) количество посетителей страницы
- б) количество и качество внешних ссылок на веб-страницу
- в) количество рекламы на сайте

4. Внутренняя оптимизация (on-page SEO) заключается в

- а) повышении количества ссылок из социальных сетей
- б) увеличении релевантности ключевым словам
- в) повышении количества ссылок с авторитетных сайтов

5. Выделите методы внутренней оптимизации

- а) оптимизация контента
- б) регистрация в каталогах
- в) обмен ссылками

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-б, 5-а

Тема 2.85

Создание рекламной Web-страницы

Самостоятельная аудиторная работа №169

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Выделите методы внешней оптимизации.

- а) оптимизация контента
- б) обмен ссылками
- в) подбор ключевых слов

2. Что такое семантическое ядро сайта?

- а) совокупность программного обеспечения сайта
- б) совокупность аппаратного обеспечения сайта
- в) совокупность ключевых слов и фраз, которые характеризуют сайт

3. Ключевые фразы в оптимизируемой веб-странице ...

- а) должны встречаться в тексте и заголовках сайта с определенной частотой и вариативностью
- б) должны встречаться только в заголовках страницы
- в) должны встречаться в тексте страницы максимально часто

4. Выберите верное утверждение в отношении ссылок на главную страницу сайта.

- а) ссылки могут быть как с внешних, так и с внутренних страниц сайта
 - б) ссылки могут быть только с внешних сайтов
 - в) ссылки могут быть только с карты сайта
5. Как называется страница, с которой есть ссылки на все другие страницы сайта?
- а) карта сайта
 - б) целевая страница
 - в) главная страница
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а, 5-а

Тема 2.86

Создание рекламной Web-страницы

Самостоятельная аудиторная работа №170

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как называется взаимный обмен ссылками без тематической необходимости
 - а) непотизм
 - б) Doorways
 - в) SEO
 2. Как называется метод оптимизации, при котором роботу поисковика показывается одна страница, а посетителю сайта (человеку)-другая?
 - а) клоакинг
 - б) дорвей
 - в) непотизм
 3. У какого типа рекламных компаний максимальные охват и частота?
 - а) товарная
 - б) имиджевая
 - в) торговая
 4. У какого типа рекламных компаний минимальные охват и частота?
 - а) товарная
 - б) имиджевая
 - в) торговая
 5. К какому типу рекламной кампании относится реклама "Билайн – живи на яркой стороне"?
 - а) товарная
 - б) торговая
 - в) имиджевая
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.87

Анализ известных рекламных Web-страниц

Самостоятельная аудиторная работа №171

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой тип рекламы предназначен для того, чтобы охватить тех, кто именно в данный момент проявляет интерес к данной тематике?
 - а) товарная
 - б) торговая
 - в) имиджевая
2. Какой тип рекламы предназначен для того, чтобы охватить всех, кто когда-либо может приобрести продукт?
 - а) товарная
 - б) имиджевая

- в) торговая
3. Как называются рекламные сети, которые объединяют сайты широкой тематической направленности?
- а) динамические
б) вертикальные
в) горизонтальные
4. Как называются рекламные сети, которые объединяют сайты узкой тематической направленности?
- а) вертикальные
б) горизонтальные
в) динамические
5. СРМ – это рекламная модель, в которой цена устанавливается за...
- а) миллион просмотров
б) тысячу просмотров
в) сотню просмотров

Тема 2.88

Анализ известных рекламных Web-страниц

Самостоятельная аудиторная работа №172

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как называется механизм, который помогает компаниям нацеливать рекламу на посетителей, не сделавших покупку с первого раза?
- а) pay per click
б) ретаргетинг
в) аффилированная реклама
2. Геоинформационная реклама это
- а) Сервисы доставки рекламы по IP адресу
б) сервисы доставки рекламы на мобильные устройства
в) Сервисы доставки рекламы по адресу электронной почты
3. Лендинг страница (landing page) или целевая страница – это...
- а) веб-страница, содержащая информацию об услуге или товаре, переход на которую осуществляется по ссылке из рекламного объявления
б) Страница, с которой есть ссылки на все страницы сайта
в) Синоним термина "Главная страница сайта"
4. К какому типу медиа относится веб-сайт компании?
- а) собственные медиа
б) платные медиа
в) заработанные медиа
5. К какому типу медиа относится аккаунт компании в твиттере?
- а) платные медиа
б) заработанные медиа
в) собственные медиа
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.89

Анализ известных рекламных Web-страниц

Самостоятельная аудиторная работа №173

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Максимальный контроль доступен за

а) заработанные медиа

б) собственные медиа

в) платные медиа

2. Укажите все верные утверждения, относящиеся к социальным сервисам категории "Потоковые платформы"

а) Потоковые платформы используются владельцами брендов для выяснения отношения пользователей к их продукту или услуге

б) потоковые медиа позволяют объединить аккаунты в нескольких соц. сервисах

в) Потоковые платформы служат для автоматизированного выявления в текстах медиаресурсов эмоциональной оценки авторов по отношению к различным объектам

3. Какую аудиторию следует отнести к "большой рассеянной"?

а) покупатели автомобилей

б) покупатели сотовых телефонов

в) покупатели ипотеки

4. Для обращения к какой аудитории целесообразно использовать рекламу по ключевым словам и рекламу с поведенческим таргетингом?

а) большая рассеянная

б) большая концентрированная

в) малая рассеянная

5. Для обращения к какой аудитории целесообразно использовать медийную рекламу с таргетингом по социально-демографическим характеристикам аудитории, вирусный маркетинг и Advergaming?

а) большая концентрированная

б) малая рассеянная

в) большая рассеянная

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.90

Анализ известных рекламных Web-страниц

Самостоятельная аудиторная работа №174

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Для обращения к какой аудитории целесообразно использовать медийную рекламу на тематических сайтах и в тематических разделах. Проводить оптимизацию по основным торговым маркам и названиям компаний.

а) большая рассеянная

б) большая концентрированная

в) малая рассеянная

2. Для обращения к какой аудитории целесообразно использовать медийную рекламу с поведенческим таргетингом по поисковым словам и тематическим сайтам.

а) большая концентрированная

б) малая концентрированная

в) малая рассеянная

3. Конверсия рекламного материала это

а) отношение числа людей перешедших по рекламной ссылке к количеству людей, увидевших ее

б) отношение числа перешедших по ссылке к числу посетивших рекламную страницу

в) отношение числа людей, совершивших целевое действие к числу качественных посетителей

4. Качественный посетитель сайта – это...

- а) посетитель, просмотревший более одной страниц сайта
 - б) пользователь, просмотревший более 10 страниц на посещаемом сайте
 - в) пользователь, который провел более минуты просматривая посещаемый сайт
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а

Тема 2.91

Создание анимированных интернет-заставок, изображений, фотографий, бегущих строк в качестве рекламы.

Самостоятельная аудиторная работа №175

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Баннер - это ...
 - а) графическое изображение рекламного характера
 - б) описание сайта
 - в) рекламный слоган
 2. Рекламное место - это ...
 - а) HTML-код для баннера
 - б) место, выделенное под размещение рекламы
 - в) изображение на баннере
 3. Размер баннера может измеряться
 - а) в пикселях
 - б) в градусах или радианах
 - в) в денежных единицах
 4. Отметьте популярные размеры баннеров (в пикселях)
 - а) 600*900
 - б) 2400*400
 - в) 468*60
 5. На любом сайте можно разместить баннеры
 - а) баннеры только в определенной цветовой гамме
 - б) только баннеры размера 240x400 пикселей
 - в) любого размера
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.92

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop.

Практическое занятие №29

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 2.93

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop.

Практическое занятие №30

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 2.94

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop.

Практическое занятие №31

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.95

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №32

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.96

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №33

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.97

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №34

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.98

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №35

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.99

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №36

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.100

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №37

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.101

Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.

Практическое занятие №38

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.102

**Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.**

Практическое занятие №39

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.103

**Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.**

Практическое занятие №40

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.104

**Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.**

Практическое занятие №41

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.105

**Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в
графическом редакторе AdobePhotoshop.**

Практическое занятие №42

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.107

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №44**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.108

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №45**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.109

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №46**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема2.109

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №47**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.110

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №48**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.111

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №49**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.112

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №50**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.113

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №51**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.114

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №52**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.115

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №53**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.116

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №54**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.117

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №55**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.118

**Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе AdobeFlash.
Практическое занятие №56**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 2.120

**Графический редактор 3Ds-Max, его форматы изображений и роликов, применение
редактора в создании рекламного продукта.**

Самостоятельная аудиторная работа №176

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Статическое размещение - это размещение когда
 - а) в определенном месте страницы показывается один и тот же баннер в течении определен-ного времени
 - б) в определенном месте страницы показывается один из некоторого количества баннеров в определенной очередности
 - в) показывается неанимированный баннер
 2. Динамическое размещение - это размещение когда
 - а) в определенном месте страницы показывается один из некоторого количества баннеров в определенной очередности
 - б) в определенном месте страницы показывается один и тот же баннер в течение определенного времени
 - в) показывается анимированный баннер
 3. Контекстная реклама бывает
 - а) только текстовой
 - б) как текстовая так и графическая
 - в) только графической
 4. Контекстная реклама - это
 - а) только текстовая реклама
 - б) скрытая реклама
 - в) реклама размещаемая в соответствии со смыслом страницы
 5. Контекстная реклама может быть размещена
 - а) только на поисковых системах
 - б) только на новостном сайте
 - в) может быть на любом сайте
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.121

**Графический редактор 3Ds-Max, его форматы изображений и роликов, применение
редактора в создании рекламного продукта.**

Самостоятельная аудиторная работа №177

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Аудитория сайта - это:
 - а) посетители сайта

- б) группа разработчиков сайта
 - в) авторы текстов на сайте
 - 2. Счетчики на сайты ставятся
 - а) в обязательном порядке
 - б) для сбора статистики посещения сайта
 - в) для поисковой индексации сайта
 - 3. CTR (click-through rate) - это
 - а) количество показов баннера
 - б) отношение числа кликов к числу его показов в процентах
 - в) количество кликов (нажатий) на баннер
 - 4. Баннер был показан 1000 раз, на него нажали 12 раз. Чему равен CTR баннера?
 - а) 12%
 - б) 120%
 - в) 1,2%
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в

Тема 2.122

Графический редактор 3Ds-Max, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Самостоятельная аудиторная работа №178

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Посещаемость сайта - это ...
 - а) показатели популярности сайта
 - б) время, когда сайт доступен
 - в) счетчик на сайте
 2. Сайты бывают
 - а) новостные
 - б) образовательные
 - в) оба варианта уместны
 3. Баннерные (или баннерообменные) сети - это:
 - а) сообщества дизайнеров по созданию и обмену баннеров
 - б) системы для управления на сайтах участников сети
 - в) библиотеки для хранения и поиска баннеров
 4. Таргетинг рекламы - это:
 - а) демонстрация рекламы в строго определенном месте на сайте
 - б) показ специальных баннеров с изображенной на них мишенью
 - в) демонстрация рекламы жителям по одному признаку
 5. Географический таргетинг - это:
 - а) демонстрация рекламы жителям одного региона
 - б) демонстрация рекламы на географических картах
 - в) демонстрация рекламы географам
- Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-в, 5-а

Тема 2.123

Интерфейс программы 3Ds-Max, основные команды и панели. Управление видом в окнах проекции.

Самостоятельная аудиторная работа №179

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Временной таргетинг - это:
 - а) демонстрация рекламы в определенное время

- б) демонстрация рекламы пользователям определенного часового пояса
- в) демонстрация рекламы пользователям, посетившим сайт в первый раз

2. Таргетинг бывает

а) географический

б) временной

в) оба варианта возможны

3. Посещаемость сайта определяется

а) количеством установленных счетчиков на сайте

б) количеством посетителей сайта

в) количеством просмотренных страниц сайта

4. Ядро аудитории сайта - это

а) постоянные посетители сайта

б) посетители, которые просматривают более одной страницы

в) это наиболее посещаемые страницы сайта

Ответы: 1-а, 2-в, 3-б, 4-а.

Тема 2.124

Интерфейс программы 3Ds-Max, основные команды и панели.

Управление видом в окнах проекции.

Самостоятельная аудиторная работа №180

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Перечислите основные факторы, влияющие на позиции сайта в поисковой выдаче.

а) достоверность информации

б) релевантность

в) актуальность информации

2. В какой степени позиции сайта в поисковой выдаче зависят от факторов релевантности и авторитета?

а) в меньшей степени, чем другие факторы

б) в большей степени, чем другие факторы

в) эти факторы не оказывают влияния на позиции сайта

3. Является ли достоверность информации основным фактором, влияющим на позиции сайта в поисковой выдаче?

а) нет

б) да

в) иногда

4. Что такое релевантность в поисковой системе?

а) это сколько раз в месяц искали заданный сайт через поисковые системы

б) это процентное соотношение прямых и реферальных переходов на заданный сайт

в) степень соответствия критериям поиска

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.125

Интерфейс программы 3Ds-Max, основные команды и панели.

Управление видом в окнах проекции.

Самостоятельная аудиторная работа №181

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какие элементы сайта представлены в списке поисковой выдачи Google?

а) название, адрес и заголовки

б) название, адрес, описание

в) название, адрес и язык страницы

2. Что из нижеперечисленного можно определить как "степень соответствия информации критериям поиска"?
- а) рейтинг переходов
 - б) релевантность
 - в) частота поиска
3. Является ли количество внешних ссылок определяющим фактором при подсчёте уровня авторитетности сайта в Google?
- а) да, если это ссылки с авторитетных сайтов
 - б) нет
 - в) да
4. Какие задачи являются наиболее трудоёмкими при проведении поисковой оптимизации.
- а) создание контента
 - б) покупка внешних ссылок
 - в) настройка инструментов анализа
5. Какие особенности поисковой оптимизации выделяют её среди прочих маркетинговых ходов?
- а) небольшие финансовые затраты
 - б) краткосрочный результат
 - в) возможность точной оценки результатов
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.126

Интерфейс программы 3Ds-Max, основные команды и панели.

Управление видом в окнах проекции.

Самостоятельная аудиторная работа №182

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. По каким критериям оцениваются ключевые фразы в аналитических инструментах (таких как, например, Инструмент подсказки ключевых слов в Google AdWords)?
- а) количество символов
 - б) частота поиска
 - в) стоимость в платном поиске
2. Что такое семантическое ядро?
- а) часть поисковой системы, отвечающая за алгоритм формирования поисковой выдачи
 - б) ключевые фразы
 - в) часть поисковой системы, содержащая взаимосвязи различных типов контента
3. Является ли фактор конкуренции критерием оценки ключевой фразы?
- а) да
 - б) нет
 - в) не всегда
4. Что значит "частота запроса" с точки зрения SEO?
- а) это процент содержания запроса (слова) на рассматриваемой странице
 - б) это сколько раз в месяц искали заданный сайт через поисковые системы
 - в) это сколько раз в месяц искали заданную ключевую фразу в поисковой системе
5. Представьте себя владельцем авиакомпании. За какую ключевую фразу вы бы стали бороться?
- а) дешёвые авиабилеты
 - б) лучшие самолёты
 - в) льготные авиабилеты на рейс UA300
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 2.127

Навигация при помощи навигационного куба, колеса. Простые и сложные объекты.

Самостоятельная аудиторная работа №183

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. За какие поисковые запросы труднее всего бороться?
 - а)короткие
 - б) длинные (раскрытые)
 - в) за все одинаково трудно
 2. Как часто необходимо проводить анализ ключевых фраз с целью обновления семантического ядра?
 - а)несколько раз в год
 - б) раз в 3 года
 - в) никогда, в этом нет смысла
 3. За какие поисковые запросы легче всего бороться?
 - а) короткие
 - б)длинные
 - в) за все одинаково трудно
 4. За сколько ключевых фраз должна бороться одна страница?
 - а)2
 - б)1
 - в)3
 5. Что значит "частота запроса" с точки зрения SEO?
 - а) это процент содержания запроса (слова) на рассматриваемой странице
 - б) это процентное соотношение прямых и реферальных переходов на заданный сайт
 - в)сколько раз в месяц искали по этому запросу
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.128

Навигация при помощи навигационного куба, колеса. Простые и сложные объекты.

Самостоятельная аудиторная работа №184

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Перечислите основные правила оптимизации контента.
 - а)стать достоверным источником информации
 - б) писать коротко и ясно
 - в) писать в неформальном стиле
2. Что из нижеперечисленного является создаваемым пользователями контентом?
 - а)отзывы в гостевой книге
 - б) комментарии в коде
 - в) оформление покупки
3. Что из нижеперечисленного является создаваемым пользователями контентом?
 - а) комментарии в коде
 - б)работы для конкурса
 - в) оформление покупки
4. Что необходимо сделать, чтобы страница не попала в индекс поисковой системы Google?
 - а) это невозможно сделать
 - б)добавить адрес страницы в гугл
 - в) при размещении ссылки на страницу указывать атрибут rel="nofollow"
5. Следует ли включать в тэг title название компании?
 - а)да

б) не всегда

в) нет

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.129

Создание трехмерной модели, используя моделирование: сплайновое, полигональное, с использованием булевых переменных, при помощи модификаторов.

Самостоятельная аудиторная работа №185

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Для чего нужна XML карта сайта?

а) для предоставления поисковым системам структуры сайта

б) для предоставления пользователям структуры сайта

в) для удобства при разработке сайта

2. Какой символ в адресе страницы оценивается Google как разделитель между словами?

а) нижнее подчеркивание

б) запятая

в) дефис

3. Для чего обычно используется файл robots.txt?

а) для контроля за индексацией сайта

б) для размещения информации о внешних ссылках

в) для создания ботов для сайта

4. Как параметры URL влияют на контент страницы?

а) в некоторых случаях

б) изменяют контент страницы

в) не изменяют контент страницы

5. Какую функцию выполняет атрибут rel="canonical"?

а) указывает поисковой системе на ссылку, которую не нужно индексировать

б) указывает на рекомендуемый экземпляр

в) указывает поисковой системе на ссылку, где будут присутствовать параметры URL

Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а, 5-б

Тема 2.130

Создание трехмерной модели, используя моделирование: сплайновое, полигональное, с использованием булевых переменных, при помощи модификаторов.

Самостоятельная аудиторная работа №186

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какие типы страниц желательно исключать из индексирования поисковыми роботами?

а) страницы-дубликаты

б) страница со статьями

в) блоги

2. Как избежать проблем дублирования, если вы перемещаете контент?

а) приписать к странице старого контента атрибут `<meta name="old" />`

б) использовать редиректы

в) приписать к странице старого контента параметр "old"

3. Какой редирект следует использовать при перемещении контента на время?

а) 302

б) 303

в) 304

4. Какой редирект следует использовать при перемещении контента навсегда?

а) 201

б)101

в)301

5. Для каких целей используется микроформат?

а) для уменьшения времени на загрузку страниц сайта

б) для передачи специальной информации поисковой системе

в) для описания специфичной информации на сайте

Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.131

Создание трехмерной модели, используя моделирование: сплайновое, полигональное, с использованием булевых переменных, при помощи модификаторов.

Самостоятельная аудиторная работа №187

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Когда следует применять микроформат?

а) всегда, когда это можно

б) только для описания самого важного контента

в) чем реже, тем лучше

2. Что следует делать со старыми ссылками при обновлении ссылочной структуры сайта?

а) возвращать статус 301 и переправлять на новые адреса

б) возвращать статус 404 (страница не найдена) при попытке доступа к ним

в) переместить их на домен второго уровня сайта

3. Как хостинг вебсайта может повлиять на поисковую видимость?

а) изменить в зависимости от авторитетности хостинга

б) ухудшить при медленной доставке страниц

в) изменить в зависимости от возраста хостинга

4. Как поисковая система реагирует на сайты, которые часто лежат или медленно работают?

а) удаляет их из индекса

б) понижает их поисковые позиции

в) предлагает решения по улучшению их работы

5. Назовите основное правило создания контента.

а) писать в неформальном стиле

б) писать кратко и ясно

в) создавать искомый и релевантный контент

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.132

Создание поверхностей вращения, трехмерных моделей методом лофтинга.

Самостоятельная аудиторная работа №188

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Машинная графика - это

а) совокупность методов и приемов для преобразования данных в графическое представление

б) преобразование данных в графическое представление

в) компьютерная интерпретация графических данных в цифровом виде

2. Машинной или компьютерной графикой принято называть

а) обработку графических данных при помощи технических средств с целью их оцифровки

б) методы и приемы для преобразования данных в графическое представление

в) исключительно перевод цифровых данных в графические с помощью компьютера

3. Направление, в задачах которого в качестве входной и выходной информации выступают изображения - это
- а) обработка изображений
 - б) компьютерная (машинная) графика
 - в) распознавание (анализ) образов
4. Обратной задачей компьютерной графики является
- а) обработка изображений
 - б) распознавание образов
 - в) перевод изображений из аналогового вида в цифровой
5. Система, с которой пользователь может вести "диалог" на уровне команд - это
- а) система обработки информации
 - б) совокупность средств распознавания (анализа) образов
 - в) интерактивная компьютерная графика
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.133

Создание поверхностей вращения, трехмерных моделей методом лофтинга.

Самостоятельная аудиторная работа №189

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Интерактивная компьютерная графика - это
 - а) особый вид машинной графики, обеспечивающий отличное качество обработки изображений
 - б) разновидность компьютерной графики, направленная на увеличение скорости и качества обработки данных
 - в) система, с которой пользователь может вести диалог на уровне команд
 2. Применение математических методов и алгоритмов, позволяющих получать некую описательную информацию о заданном изображении, реализуется
 - а) компьютерной графикой
 - б) распознаванием образов
 - в) обработкой изображений
 3. Машинную графику можно охарактеризовать
 - а) сравнительно невысокой точностью
 - б) быстротой автоматизированных процессов
 - в) сравнительно невысокой быстротой обработки
 4. В процессе формирования изображений обязательно присутствуют
 - а) объект и наблюдатель
 - б) объект, окружающее его трехмерное пространство и совокупность текстур объекта
 - в) реальный объект и воображаемый, а также камера
 5. Изображение объектов формирует
 - а) наблюдатель
 - б) сам объект
 - в) компьютер
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.134

Преобразование объекта в редактируемую поверхность.

Порядок создания булевых объектов.

Самостоятельная аудиторная работа №190

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Функции взаимодействия между прикладной программой и графической системой

образуют

а) графический интерфейс

б) графическую библиотеку

в) графический редактор

2. Спецификация функций, образующих графическую библиотеку имеет название

а) прикладная программа

б) интерфейс прикладного программирования

в) графическая система

3. Размер изображения на плоскости проекции определяется

а) фокусным положением камеры

б) задаваемыми координатами

в) произведением фокусного расстояния на квадратный корень из суммы квадратов задаваемых координат

4. Конвейерный принцип обработки информации состоит в

а) непрерывной обработке данных

б) вычислении по одним и тем же формулам с разными данными

в) обработке данных с последующей повторной обработкой

5. Выполнение вычисления по одним и тем же формулам с разными данными легло в основу

а) дискретного принципа обработки данных

б) принципа прямого перебора

в) конвейерного принципа

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.135

Преобразование объекта в редактируемую поверхность.

Порядок создания булевых объектов.

Самостоятельная аудиторная работа №191

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Преобразование из трехмерной формы в двухмерную происходит на этапе

а) растрового преобразования

б) проективного преобразования

в) геометрического преобразования

2. Что называется интерактивной компьютерной графикой

а) это вид графики, обеспечивающий фотографическое качество обработки изображений

б) система с которой пользователь может вести диалог на уровне команд

в) разновидность компьютерной графики, направленная на увеличение скорости обработки данных

3. DirectX Graphics, как компонент DirectX осуществляет

а) поддержку работы с коммуникационной средой (сетью)

б) работу с новой периферией - цифровыми фото и видеокамерами

в) управление всем графическим выводом

4. Наличие компонента DirectShow позволяет осуществлять

а) поддержку работы с коммуникационной средой (сетью)

б) поддержку (API) устройств ввода

в) работу с новой периферией

5. Доступ к СОМ-объектам осуществляется

а) через интерфейсы

б) автоматически

в) в соответствии с назначением объекта

Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-в, 5-а

Тема 2.136

Модификаторы: изгиб, решетка, смещение, зеркало, шум, выталкивание, ослабление, рябь, оболочка, перекос, шарообразность, срез, сдвливание, растягивание, сжатие, скручивание, модификаторы свободной трансформации.

Самостоятельная аудиторная работа №192

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Механизм интерфейсов имеет
 - а) прямую совместимость
 - б) обратную совместимость
 - в) не имеет совместимости
 2. Через главный объект
 - а) всегда производится вывод графики
 - б) не производится вывод графики
 - в) графика может выводиться, может не выводиться
 3. "Мерцание" движущихся объектов при визуализации графических примитивов устраняется
 - а) методом двойной буферизации
 - б) при накладывании текстур
 - в) по принципу двойной фильтрации визуальных шумов
 4. Элементарным строительным материалом для примитивов является
 - а) вершина
 - б) треугольник
 - в) прямоугольник
 5. Примитив задается
 - а) математической формулой
 - б) автоматически, в зависимости от свойств объекта
 - в) набором вершин
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.137

Модификаторы: изгиб, решетка, смещение, зеркало, шум, выталкивание, ослабление, рябь, оболочка, перекос, шарообразность, срез, сдвливание, растягивание, сжатие, скручивание, модификаторы свободной трансформации.

Самостоятельная аудиторная работа №193

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Чтобы окрасить примитивы нужно задать цвет
 - а) двух вершин
 - б) каждой вершины примитива
 - в) трех последовательных вершин
2. Библиотека Direct3D позволяет выводить данные
 - а) несколько потоков
 - б) только в один поток
 - в) в строго определенное количество потоков
3. Закрашивание с интерполяцией характерно для
 - а) сплошной модели
 - б) вершинной модели
 - в) каркасной модели

4. Какую совместимость имеет механизм интерфейсов
- а) прямую
 - б) взаимную
 - в) обратную
5. Позволяет ли библиотека Direct3D выводить данные в несколько потоков
- а) нет
 - б) да, но только начиная с 10й версии
 - в) да
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.138

Создание анимации по ключевым кадрам Самостоятельная аудиторная работа №194

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Текстура представляет собой
- а) трехмерное растровое изображение
 - б) двумерное векторное изображение
 - в) двумерное растровое изображение
2. Двумерное растровое изображение, которое накладывается на поверхность объекта имеет название
- а) пиксель
 - б) текстура
 - в) облицовка
3. Процесс наложения текстуры на объект называют
- а) графической интерполяцией
 - б) текстурированием
 - в) структурированием
4. Текстурирование - это
- а) процесс наложения текстур
 - б) процесс создания примитивов
 - в) объединение текстур в группы по общему признаку
5. Текстурные координаты
- а) изменяют формат вершины
 - б) оставляют формат вершины без изменения
 - в) могут как изменять формат вершины, так и оставлять его неизменным
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.139

Создание анимации по ключевым кадрам Самостоятельная аудиторная работа №195

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Библиотека Direct3D поддерживает
- а) до шестнадцати текстурных уровней
 - б) до 8 текстурных уровней
 - в) до двенадцати текстурных уровней
2. Если работа осуществляется только с одной текстурой, то номер текстурного уровня всегда должен быть
- а) нулем
 - б) единицей

- в)двойкой
3. Размер накладываемой текстуры и размер текстурируемого полигона
- а)не совпадают в большинстве случаев
- б) всегда совпадают
- в) не совпадают никогда
4. Механизм, с помощью которого библиотека Direct3D производит наложение текстуры на полигоны отличающегося размера, называется
- а)фильтрация текстур
- б) деформация текстур
- в) графическая структуризация
5. Самой медленной, но самой качественной является
- а) точечная фильтрация
- б) линейная фильтрация
- в) анизотропная фильтрация
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.140

Изменение продолжительности анимации. Использование виртуальных камер. Самостоятельная аудиторная работа №196 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Сколько типов адресации текстур существует
- а)2
- б)4
- в)12
2. Каждый текстурный уровень принимает на вход
- а) три цветовых аргумента
- б) четыре цветовых аргумента
- в) два цветовых аргумента
3. Все цветовые операции над пикселями производятся
- а) совместно для всех оттенков
- б) произвольным образом
- в)покомпонентно для каждого оттенка
4. Мультитекстурирование - это
- а)наложение нескольких текстур сразу
- б) процесс повторного наложения текстуры
- в) процесс перебора для выбора подходящей текстуры
5. Сколько текстурных уровней поддерживает библиотека Direct3D
- а)8
- б)16
- в)20
5. Определите максимальное и минимальное значения текстурных координат
- а)0 из 1
- б)0 из 255
- в)-1 из1
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-в, 4-а, 5-а

Тема 2.141

Изменение продолжительности анимации. Использование виртуальных камер. Самостоятельная аудиторная работа №197 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Вершина полигона может содержать
 - а) и цвет и текстурные координаты
 - б) только информацию о цвете
 - в) только текстурные координаты
 2. Эффект alpha blending позволяет задавать для выводимых примитивов
 - а) прозрачные и полупрозрачные пиксели
 - б) прозрачные пиксели
 - в) полупрозрачные пиксели
 3. Полупрозрачность основывается
 - а) на методе обесцвечивания пикселей
 - б) на принципе смешивания цветов
 - в) на принципе засвечивания точек
 4. Цвет приемника - это
 - а) пиксель, который мы собираемся отобразить
 - б) цвет области текстуры, которую сделали прозрачной
 - в) пиксель, который уже записан в буфере кадра
 5. Чтобы происходило "сложение" цветов, нужно
 - а) выставить оба коэффициента смешивания в ноль
 - б) один коэффициент оставить нулем, а другой выставить в единицу
 - в) выставить оба коэффициента смешивания в единицу
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.142

Анимация персонажей. Имитация динамических взаимодействий в 3D-тах.

Анимация с использованием частиц.

Самостоятельная аудиторная работа №198

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Если коэффициент прозрачности источника равен единице, а коэффициент прозрачности приемника - ноль, то
 - а) дальнейшая работа будет невозможна - таких параметров нет
 - б) смешивания не происходит
 - в) "смешивание" происходит
 2. Выставление обоих коэффициентов смешивания в единицу приведет
 - а) к отсутствию "сложения" цветов
 - б) сложению цветов
 - в) к некорректной работе приложения
 3. Примитивы при полупрозрачности могут быть
 - а) не только однотонными
 - б) исключительно однотонными
 - в) всегда только многотонными
 4. В вершинах примитивов прозрачность
 - а) может содержаться
 - б) не может содержаться
 - в) отсутствует при любых условиях
 5. Вершины примитивов
 - а) не обладают прозрачностью
 - б) никогда не определяются понятием прозрачности
 - в) обладают свойством прозрачности
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.143

**Анимация персонажей. Имитация динамических взаимодействий в 3D-мак.
Анимация с использованием частиц.
Самостоятельная аудиторная работа №199
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. "Прозрачная" составляющая пикселя называется
 - а) альфа-канал
 - б) бета-канал
 - в) степень прозрачности
 2. Свойство прозрачности пикселя определяется
 - а) свойствами текстуры
 - б) альфа-каналом
 - в) смешиванием цветов
 3. Альфа канал имеет
 - а) 128 уровней прозрачности
 - б) 256 уровней прозрачности
 - в) 512 уровней прозрачности
 4. Если значение альфа-канала равно нулю, то
 - а) пиксель полностью непрозрачен
 - б) пиксель прозрачен наполовину
 - в) пиксель полностью прозрачен
 5. Значение альфа-канала равное 255 определяет
 - а) полную прозрачность пикселя
 - б) полупрозрачность пикселя
 - в) полную непрозрачность пикселя
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.144

**Применение модулей волосы и шерсть,
инструмента свиток для создания причесок, редактора – материал
Самостоятельная аудиторная работа №200
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Значения полупрозрачности для внутренних точек примитива будут линейно проинтерполированы, если значения полупрозрачности для каждой вершины примитива
 - а) отличаются друг от друга
 - б) не заданы
 - в) одинаковы
2. Информация о полупрозрачности пикселей
 - а) никогда не содержится в текстуре
 - б) могут содержаться в самой текстуре
 - в) не может быть получена вообще
3. Зачастую количество бит для альфа-канала
 - а) в два раза больше, чем для цветных каналов
 - б) такое же, как для цветных каналов
 - в) в два раза меньше, чем для цветных каналов
4. Создание альфа-канал в виде изображения в оттенках серого цвета
 - а) невозможно
 - б) возможно
 - в) происходит исключительно таким образом
5. Если текстура содержит альфа канал, то значение альфа составляющей берется

- а) из текстуры
 - б) средним значением альфа составляющей для всех пикселей
 - в) по наиболее часто встречающемуся значению альфа составляющей
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-б, 5-а

Тема 2.145

**Применение модулей `glTexSubImage2D` и `glTexSubImage3D`,
инструмента свиток для создания причесок, редактора – материал
Самостоятельная аудиторная работа №201
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Спрайт - это
 - а) вид текстуры с неравномерной прозрачностью
 - б) небольшое изображение без фона
 - в) небольшое изображение с черным фоном
 2. Буфер трафарета - это
 - а) трехмерный массив числовых данных
 - б) двухмерный массив с размерами как у буфера
 - в) трехмерный массив, содержащий всю информацию об изображении
 3. Принцип работы с буфером трафарета - это
 - а) двухпроходный алгоритм
 - б) все обработанные пиксели становятся прозрачными
 - в) автоматически происходит процесс повторной проверки
 4. Интерфейс `ID3DXLine` предназначен для
 - а) для вывода линий
 - б) для построения сложных примитивов
 - в) для осуществления процесса наложения текстур
 5. Для вывода обычного отрезка на экран необходимо задать
 - а) положение каждой точки на плоскости в виде массива
 - б) только начальную точку и угол наклона отрезка
 - в) координаты его цветных точек
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.146

**Применение модулей `glTexSubImage2D` и `glTexSubImage3D`,
инструмента свиток для создания причесок, редактора – материал
Самостоятельная аудиторная работа №202
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Ширина линии задается
 - а) в миллиметрах
 - б) в пикселях
 - в) в долях от единицы
2. Алиасинг - это
 - а) появление лестничного эффекта
 - б) выравнивание линии по горизонтали
 - в) выравнивание линии по вертикали
3. При растеризации отрезков, расположенных под углом к горизонту, возникает
 - а) эффект алиасинга
 - б) сглаживание пикселей
 - в) увеличение шумности изображения
4. Метод `SetAntialias` интерфейса `ID3DXLine` имеет

- а) пару параметров булевого типа
 - б) один параметр булевого типа
 - в) один параметр целого типа
5. В виде аппроксимирующих ломаных линий в двумерной графике на растр выводятся
- а) окружности
 - б) треугольники и параболы
 - в) плоские кривые
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.147

Применение модулей `волосы` и `шерсть`, инструмента `свиток` для создания причесок, редактора – материал Самостоятельная аудиторная работа №203 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Использование интерфейса `ID3DXLine` для отображения непрерывных двумерных примитивов
 - а) является простым и удобным
 - б) связано с рядом трудностей
 - в) невозможно вообще
 2. Небольшое изображение, в котором "отсутствует" фон, называется
 - а) текстура
 - б) спрайт
 - в) полигон
 3. Вывод спрайтов, повернутых на определенный угол
 - а) невозможен
 - б) возможен
 - в) не осуществляется
 4. Масштабирование спрайтов
 - а) возможно
 - б) запрещается
 - в) не имеет практического смысла
 5. Перенаправление вывода не на экран, а в текстуру
 - а) реализуется графической библиотекой
 - б) невозможно реализовать с помощью графической библиотеки `Direct3D`
 - в) не имеет практического применения
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.148

Визуализация готовой сцены Создание рекламного ролика в `3Ds-Max`. Написание сценария ролика. Самостоятельная аудиторная работа №204 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Вывод на поверхность сопряженную с текстурой
 - а) имеет ряд существенных отличий от обычного
 - б) не отличаются от обычного способа
 - в) не применяется
2. Построение зеркальных поверхностей и теней осуществляется
 - а) без применения перенаправления
 - б) методом линейной поляризации
 - в) с использованием перенаправления в текстуру

3. Использованием перенаправления в текстуру можно осуществлять
- а) построение теней и зеркальных объектов
 - б) только построение зеркальных поверхностей
 - в) исключительно построение теней
4. Аппаратно-программное устройство, которое переводит объекты, описанные в трехмерном пространстве во множество пикселей на экране, называется
- а) графический конвейер
 - б) графический ускоритель
 - в) интерпретатор графического оформления
5. Графический конвейер по своей сути
- а) аппаратное устройство
 - б) программа
 - в) аппаратно-программное устройство
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.149

Визуализация готовой сцены Создание рекламного ролика в 3Ds-Max. Написание сценария ролика.

Самостоятельная аудиторная работа №205

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Вращение, масштабирование и перемещение имеют общее название
 - а) простейшие преобразования
 - б) аффинными преобразованиями
 - в) асимметричные преобразования
 2. Программируемым элементом на стадии аффинных преобразований является
 - а) блок трансформации и освещения
 - б) вершинный шейдер
 - в) как блок трансформации и освещения, так и вершинный шейдер
 3. Вершинный шейдер получает на вход
 - а) две вершины
 - б) три вершины
 - в) одну вершину
 4. Пирамиду видимости задает
 - а) отсечение по видимому объекту
 - б) смещение текстуры относительно центра полигона
 - в) массив положительных координат
 5. Четвертая компонента, на которую делятся x, y, z координаты называется
 - а) однородный множитель
 - б) компонента связи
 - в) коэффициент пропорциональности
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-а

Тема 2.150

Создание персонажей или объектов. Анимация движения персонажей. Самостоятельная аудиторная работа №206

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Пирамида видимости трансформируется в единичный ортогональный куб с помощью
 - а) однородного преобразования
 - б) графической конвертации
 - в) текстурной линеаризации

2. Значения атрибутов пикселя вычисляются на основе
 - а) линейной интерполяции
 - б) текстурной минимизации
 - в) графической интерпретации
 3. Атрибуты растеризуемого пикселя и вершины после обработки вершинным шейдером
 - а) всегда строго различны
 - б) абсолютно одинаковы
 - в) могут как совпадать, так и быть различными
 4. С помощью пиксельных шейдеров производится
 - а) растеризация
 - б) мультитекстурирование
 - в) линеаризация
 5. В трехмерной графике пространственные объекты аппроксимируются
 - а) множеством прямоугольников
 - б) массивом пикселей
 - в) множеством треугольников
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.151

**Создание персонажей или объектов. Анимация движения персонажей.
Самостоятельная аудиторная работа №207
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Элементы сцены, которые имеют гладкую форму, описываются
 - а) прямоугольниками
 - б) треугольниками
 - в) окружностями, гиперболами и парабололами
 2. Преобразования масштабирования и вращения производятся
 - а) относительно начала координат
 - б) относительно оси симметрии
 - в) только относительно точки с координатами -1,-1
 3. Библиотекой Direct3D
 - а) производится отсечение граней
 - б) не осуществляется механизм отсечения граней
 - в) не предусмотрен механизм отсечения граней
 4. Порядок обхода вершин треугольника
 - а) строго определен
 - б) происходит автоматически
 - в) можно указывать самостоятельно
 5. Линейные размеры буфера глубины
 - а) задаются программистом вручную
 - б) не определяются
 - в) определяются системой автоматически
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.152

**Создание персонажей или объектов. Анимация движения персонажей.
Практическое занятие №57**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 2.153**

- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе 3Ds-Max
Практическое занятие №58**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.154
- Создание геометрических примитивов в графическом редакторе 3Ds-Max
Практическое занятие №59**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.155
- Создание трехмерных сцен.
Практическое занятие №60**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.156
- Создание трехмерных сцен.
Практическое занятие №61**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.157
- Создание сложных объектов с использованием модификаторов в графическом
редакторе 3Ds-Max.
Практическое занятие №62**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.158
- Создание сложных объектов с использованием модификаторов в графическом
редакторе 3Ds-Max.
Практическое занятие №63**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.159
- Создание трехмерных моделей - сплайновое моделирование.
Практическое занятие №64**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.160
- Создание трехмерных моделей - сплайновое моделирование.
Практическое занятие №65**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.161

- Создание трехмерных моделей - сплайновое моделирование.
Практическое занятие №66
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.162**
- Создание трехмерных моделей - сплайновое моделирование.
Практическое занятие №67
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.163**
- Создание трехмерных моделей - моделирование с использованием булевых операций.
Практическое занятие №68
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.164**
- Создание трехмерных моделей - моделирование с использованием булевых операций.
Практическое занятие №69
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.165**
- Создание простой анимации
Практическое занятие №70
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.166**
- Создание простой анимации
Практическое занятие №71
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.167**
- Создание сложной анимации
Практическое занятие №72
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.168**
- Создание сложной анимации
Практическое занятие №73
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.169**

- Создание разного рода частиц, наложение на них эффектов и анимации**
Практическое занятие №74
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.170
- Создание разного рода частиц, наложение на них эффектов и анимации**
Практическое занятие №75
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.171
- Создание волос и шерсти на трехмерной модели.**
Практическое занятие №76
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.172
- Создание волос и шерсти на трехмерной модели.**
Практическое занятие №77
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.173
- Создание текстуры и материала в 3Ds-Max**
Практическое занятие №78
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.174
- Создание текстуры и материала в 3Ds-Max**
Практическое занятие №79
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.175
- Освещение сцены и эффекты.**
Практическое занятие №80
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.176
- Освещение сцены и эффекты.**
Практическое занятие №81
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.177
- Визуализация сцен в 3Ds-Max**

Практическое занятие №82

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 2.178**

Визуализация сцен в 3Ds-Max

Практическое занятие №83

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 2.179**

Создание скелета рекламного ролика в 3Ds-Max.

Практическое занятие №84

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 2.180**

Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер, их характери-стики, область применения, вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, монопо-ды, фотосумки, фоторюкзак, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды).

Самостоятельная аудиторная работа №208

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Каково назначение диафрагмы, изобретенной Нисефором Ньепсом?
 - а) увеличение резкости камеры обскуры
 - б) увеличить световой поток камеры-обскуры
 - в) ограничить угол изображения камеры обскуры
 2. В чем принципиальное отличие калотипии от дагеротипии?
 - а) в дагеротипии в качестве светочувствительного материала использовался битум
 - б) в количестве экземпляров
 - в) в дагеротипии отпечатки можно было делать только на металле
 3. Почему калотипия получила название "мокрого" процесса?
 - а) потому что бумага перед экспозицией специально увлажнялась
 - б) потому что светочувствительные материалы были жидкими
 - в) из-за нанесения мастером раствора на бумагу
 4. Что изобрел Джордж Истмен?
 - а) желатиновую эмульсию, пластинки
 - б) фотоаппарат
 - в) негативно-позитивный процесс
 5. Какие светочувствительные материалы использовались в массовых фотоаппаратах Kodak выпуска 1888 года?
 - а) стеклянные фотопластинки
 - б) целлулоидная фото пленка
 - в) рулонная фотобумага
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-а, 5-в

Тема 2.181

Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер, их характери-стики, область применения, вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, монопо-ды, фотосумки, фоторюкзак, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры,

бленды).

Самостоятельная аудиторная работа №209
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Чем стал фотоаппарат Kodak Brownie для мировой фотографии?
 - а) первый фотоаппарат в тираже 1 млн. экземпляров
 - б) первым в истории фотоаппаратом
 - в) первым пленочным фотоаппаратом
 2. Какая технология была изобретена первой - кинематограф или узкопленочная фотография?
 - а) узкопленочная фотография
 - б) кинематограф
 - в) были изобретены одновременно
 3. В чем отличия первой 35-мм фотопленки от современной?
 - а) в том, что первая фотопленка была изготовлена из бумаги
 - б) первая пленка не имела перфорации
 - в) в том, что первая фотопленка имела одностороннюю перфорацию
 4. В чем историческая заслуга Оскара Барнака?
 - а) в том, что он создал центральный затвор
 - б) в том, что он изобрел оптический дальномер
 - в) в том, что он изобрел первый 35 мм фотоаппарат
 5. Имел ли дальномер первый фотоаппарат Leica?
 - а) да
 - б) да, в нем был дальномер, но не совмещенный с видоискателем
 - в) нет
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.182

Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер, их характеристики, область применения, вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, моноподы, фотосумки, фоторюкзак, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды).

Самостоятельная аудиторная работа №210
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой затвор устанавливался в пленочные камеры Leica?
 - а) центральный затвор
 - б) шторно-щелевой тканевый
 - в) затвором служила съемная крышка объектива
2. Сколько светочувствительных слоев имеет цветная негативная фотопленка?
 - а) один слой
 - б) два слоя
 - в) не менее трех
3. Какой базовый узел классической пленочной камеры не используется в цифровых фотоаппаратах?
 - а) дальномер
 - б) фотозатвор
 - в) механизм транспортировки пленки
4. Где устанавливается диафрагма объектива?
 - а) перед передней линзой

- б) в междулинзовом пространстве
 - в) за задней линзой
5. Что является промежуточным носителем информации в традиционной фотографии?
- а) бумажный отпечаток
 - б) проявленный пленочный негатив
 - в) светочувствительная фотоэмульсия
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-в, 4-б, 5-б

Тема 2.183

Объективы, классификация объективов, область применения. Эксплуатация фотооборудования.

Самостоятельная аудиторная работа №211

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Как ориентировано изображение на негативе?
 - а) так же, как и на позитиве
 - б) зеркально перевернутым
 - в) перевернутым на 90 градусов
 2. Как изменяет свое состояние частица галогенида серебра при ее засветке?
 - а) никак
 - б) пропорционально интенсивности засветки
 - в) светлеет
 3. Как изменяет свое состояние ячейка матрицы светочувствительного сенсора при ее засветке?
 - а) фиксирует засветку
 - б) темнеет
 - в) светлеет
 4. Из чего изготовлена подложка сенсора цифрового фотоаппарата?
 - а) из поликристаллического кремния
 - б) из целлулоида
 - в) из лавсана
 5. Как сохраняются цифровые снимки в памяти фотоаппарата?
 - а) в виде электрических сигналов переменного тока
 - б) в виде электрических сигналов постоянного тока
 - в) в виде цифр двоичного кода
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 2.184

Объективы, классификация объективов, область применения. Эксплуатация фотооборудования.

Самостоятельная аудиторная работа №212

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое АЦП?
 - а) аналого-центральный преобразователь
 - б) аналоговый процессор
 - в) аналого-цифровой преобразователь
2. Как строится цветное изображение на пленке?
 - а) вычитанием базовых цветов
 - б) сложением базовых цветов
 - в) смешением базовых цветов
3. Какова функция трех отдельных сенсоров в цифровых фотоаппаратах?

- а) увеличение разрешения снимка
 - б) сложением базовых цветов
 - в) увеличение светочувствительности
5. Что такое "цветовая модель Байера"?
- а) алгоритм построения светофильтров
 - б) способ получения цветного изображения на фотопленке
 - в) цветовая характеристика цифрового сенсора

Ответы: 1-в, 2-б, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 2.185

Студийный свет: софтбоксы, рефлекторы, фотозонты, отражатели, фоны, импульсный свет

Самостоятельная аудиторная работа №213

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое "пиксель"?

 - а) светящаяся точка на мониторе
 - б) элемент цифрового изображения
 - в) единица длины

2. Какому сенсору не нужен фотозатвор?

 - а) сенсору CCD
 - б) сенсору камерофона
 - в) сенсору CMOS зеркальной камеры

3. Что такое динамический диапазон сенсора?

 - а) число градаций
 - б) максимальный уровень яркости
 - в) максимальный уровень контраста

4. Что такое "битый" пиксель сенсора?

 - а) белая точка
 - б) черная точка
 - в) неработающий светочувствительный элемент

5. Что такое прямая печать снимков?

 - а) печать на принтере, подключенном к компьютеру
 - б) печать на принтере, не подключенном к компьютеру
 - в) печать на принтере напрямую подключенному к фотоаппарату

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 2.186

Зависимость между диафрагмой и выдержкой.

Самостоятельная аудиторная работа №214

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое "мегапиксель"?

 - а) миллиард пикселей
 - б) сто тысяч пикселей
 - в) миллион пикселей

2. Что такое "просьюмерская камера"?

 - а) камера потребительского класса
 - б) компактный цифровой фотоаппарат
 - в) профессиональная камера

3. Есть ли у "просьюмерок" видеоискатель?

 - а) есть электронный

- б) есть, зеркальный
 - в) вместо видоискателя используется контрольный дисплей
4. Чем обусловлено вытеснение "просьюмеров" с рынка цифровой фотоаппаратуры?
- а) их высокой стоимостью
 - б) снижением стоимости зеркальных камер
 - в) конкуренцией со стороны компактных фотоаппаратов
5. Что такое ГРИП?
- а) их высокой стоимостью
 - б) глубина резкого изображаемого пространства
 - в) конкуренцией со стороны компактных фотоаппаратов
- Ответы: 1-в, 2-б, 3-а, 4-а, 5-б

Тема 2.187

Установка баланса белого, светосилы, ISO – чувствительности.

Самостоятельная аудиторная работа №215

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В чем заключается основное преимущество зеркальных камер перед другими типами фотоаппаратов?
- а) в увеличенных размерах камеры
 - б) в возможности видеть видоискатель
 - в) в большей длительности автономной работы
2. В чем главное отличие профессионального фотоаппарата от любительской цифровой камеры?
- а) в стоимости
 - б) в увеличенном размере сенсора
 - в) в наличии большого количества сменных объективов
3. Чем обусловлено ограничение ресурса работы цифрового фотоаппарата?
- а) электрохимической градацией сенсора
 - б) износом оптики
 - в) износом затвора
4. Разновидностью какого затвора является ламельный затвор?
- а) магнитного
 - б) шторно-щелевого
 - в) электронного
5. Какой формат кадра больше - традиционный пленочный или APS?
- а) они равны по размерам
 - б) APS
 - в) традиционный
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 2.188

Режимы базовой и творческой зоны.

Самостоятельная аудиторная работа №216

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. При каком типе переносов заряда ячеек матрицы CCD не нужен фотозатвор?
- а) при покадровом типе
 - б) при построчном типе
 - в) при смешанном типе
2. Какой параметр сенсора важнее - разрешение или физический размер?
- а) физическим размером сенсора

- б) разрешение
 - в) оба параметра равнозначны
3. Всегда ли пиксель сенсора имеет прямоугольную форму?
- а) да, всегда, поскольку это квадрат
 - б) обычно это квадрат, но иногда восьмиугольник
 - в) нет, поскольку он может иметь любую форму
4. Что такое цифровой шум на снимке?
- а) звуковые помехи
 - б) цветные ореолы и артефакты
 - в) нерезкость
5. Чем опасна установка большого уровня светочувствительности сенсора?
- а) быстрым износом матрицы
 - б) повышенным расходом энергии аккумуляторов
 - в) высоким уровнем шумов
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 2.189

Режимы базовой и творческой зоны. Самостоятельная аудиторная работа №217 Тестовые задания:

1. Количеством оттенков какого цвета измеряется динамический диапазон сенсора?
- а) серого цвета
 - б) красного цвета
 - в) синего цвета
2. Дисплей какого типа используется на большинстве компактных цифровых фотоаппаратов?
- а) символьный дисплей
 - б) графический ЖК дисплей
 - в) плазменный дисплей
3. Чем вреден эффект инерционности контрольного дисплея?
- а) камера становится малоподвижной
 - б) замедлением работы камеры в целом
 - в) изображение на дисплее запаздывает
4. Рядом с окуляром телескопического видоискателя компактного фотоаппарат есть зеленый индикатор, зачем он нужен?
- а) он подсвечивает окуляр видоискателя
 - б) он сообщает о работе автофокуса
 - в) это индикатор готовности к съемке
5. Что такое диоптрийная (диоптрическая) поправка?
- а) тонкая фокусировка объектива
 - б) настройка глубины резкости
 - в) настройка видоискателя по зрению фотографа
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 2.190

Изучение возможностей профессиональной фотокамеры. Практическое занятие №85

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема 2.191

Изучение возможностей профессиональной фотокамеры.

- Практическое занятие №86**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.192
- Изучение возможностей профессиональной фотокамеры.**
Практическое занятие №87
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.193
- Изучение возможностей профессиональной фотокамеры.**
Практическое занятие №88
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.194
- Изучение возможностей профессиональной фотокамеры.**
Практическое занятие №89
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.195
- Изучение возможностей профессиональной фотокамеры.**
Практическое занятие №90
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.196
- Изучение возможностей профессиональной фотокамеры.**
Практическое занятие №91
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.197
- Построение студийного света в фотостудии.**
Практическое занятие №92
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.198
- Построение студийного света в фотостудии.**
Практическое занятие №93
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема2.199
- Построение студийного света в фотостудии.**
Практическое занятие №94
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.200

Построение студийного света в фотостудии.

Практическое занятие №95

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.201

Построение студийного света в фотостудии.

Практическое занятие №96

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.202

Построение студийного света в фотостудии.

Практическое занятие №97

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.203

Построение студийного света в фотостудии.

Практическое занятие №98

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема2.204

Построение студийного света в фотостудии.

Практическое занятие №99

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 3.1

**Режимы творческой и базовой зоны. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки,
приоритета диафрагмы, ручном режиме предметов.**

Самостоятельная аудиторная работа №218

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Можно ли в любительской камере сменить фокусирующий экран?
 - а) нет только в зеркальной камере профессионального класса
 - б) можно
 - в) можно, но только в зеркальной камере
2. Чем отличается зеркало видоискателя фотоаппарата от обычного зеркала?
 - а) фотозеркало выполнено из пластика
 - б) амальгама на внешней стороне стекла
 - в) фотозеркало выполнено из особо прочного стекла
3. В чем преимущество активной фокусировки перед пассивной?
 - а) способность работать в полной темноте
 - б) не потребляет энергию аккумуляторов
 - в) лучше работает в условиях хорошего освещения

4. Какая схема автофокусировки эффективней - с многозонным или точечным замером?
- с многозонным замером
 - зависит от условий погоды
 - с точечным замером
5. Что такое пассивная фокусировка TTL?
- датчики расположены на передней панели камеры
 - замер производится после серии предвспышек встроенной импульсной лампы
 - датчики фокусировки расположены за объективом
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 3.2

Режимы творческой и базовой зоны. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, ручном режиме предметов.

Самостоятельная аудиторная работа №219

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- Зачем фотоаппарат производит серию предвспышек?
 - съемка производится при включенной лампе-вспышке
 - для подавления эффекта красных глаз
 - съемка производится против света
 - К какому типу относится матрица контрольного дисплея цифрового компактного фотоаппарата - к символьному или графическому?
 - символьному
 - графическому
 - к ни одному из перечисленных
 - Какие функции возложены на символьный дисплей полупрофессиональных и профессиональных камер?
 - построение кадра
 - построение кадра и просмотр снимков
 - вспомогательные и сервисные
 - Каким образом осуществляется свечение ЖК дисплея?
 - светится лампа задней подсветки
 - в ячейках ЖК дисплея применены флуоресцентные элементы
 - в ЖК дисплеях используется светящийся фосфор
 - Каким образом можно решить проблему выцветания контрольного дисплея на ярком солнце?
 - установить солнцезащитные шторки
 - выключить дисплей
 - уменьшить яркость свечения лампы подсветки
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-б, 5-а

Тема 3.3

Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки

Самостоятельная аудиторная работа №220

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

- Совпадает ли разрешение контрольного дисплея и сенсора цифровой камеры?
 - разрешение меньше сенсора
 - разрешение одинаковое
 - разрешение контрольного дисплея больше
- В чем преимущества телескопического видоискателя перед зеркальным?

- а) телескопический видоискатель не обладает параллаксом
 - б) увеличенное поле зрения
 - в) зеркальный видоискатель не дает реального изображения
3. Что дает практическое применение телескопического видоискателя?
- а) экономит энергию и позволяет сделать более точный кадр
 - б) позволяет добиться более высокого разрешения снимка
 - в) уменьшает количество шумов сенсора
4. Что роднит жидкие кристаллы с обычными кристаллами?
- а) вязкость
 - б) наличие кристаллической структуры
 - в) текучесть
5. Как ориентируются кристаллы при подводе к ним электрического потенциала?
- а) вращаются
 - б) становятся твердыми
 - в) упорядочивают свое положение
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 3.4

Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки

Самостоятельная аудиторная работа №221

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Из какого материала выполнены ячейки ЖК матрицы?
 - а) из пластика
 - б) из оптического стекла
 - в) из металла
 2. Для чего предназначен поляризационный фильтр?
 - а) для улучшения цветопередачи
 - б) для увеличения яркости контраста
 - в) для предотвращения паразитных внешних засветок
 3. У какого из приборов больше пикселей - у сенсора цифрового фотоаппарата, у его контрольного дисплея или у компьютерного монитора.
 - а) у сенсора цифровой камеры
 - б) у контрольного дисплея
 - в) у компьютерного монитора
 4. Сколько всего существует типов линз - 2,4 или 6?
 - а) 2
 - б) 4
 - в) 6
 5. Где располагается пространство изображений?
 - а) за линзой
 - б) перед линзой
 - в) между линзами объектива
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 3.5

Фотосъемка предметов, объектов в студии: натюрморт, интерьер, рекламный продукт

Самостоятельная аудиторная работа №222

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Где располагается пространство предметов?
 - а) за линзой
 - б) перед линзой
 - в) между линзами объектива
 2. Сколько линз в монокле?
 - а) две
 - б) одна
 - в) три
 3. Светосила объектива - это отношения чего к чему?
 - а) диаметра к фокусному расстоянию
 - б) фокусного расстояния к рабочему отрезку
 - в) диаметра светового отверстия объектива к его рабочему отрезку
 4. Какой объектив светосильней - с относительным отверстием 2, 4 или 5,6?
 - а) 4
 - б) 5,6
 - в) 2
 5. В чем проявляется сферическая аберрация?
 - а) в искажении цветов
 - б) в бочкообразной дисторсии
 - в) в нерезкости изображения
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 3.6

Фотосъемка предметов, объектов в студии: натюрморт, интерьер, рекламный продукт

Самостоятельная аудиторная работа №223

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Чем устраняется сферическая аберрация?
 - а) применением асферических линз
 - б) применением светофильтров
 - в) применением специальных оптических насадок
 2. В чем проявляется хроматическая аберрация?
 - а) в искажении геометрии фотографируемых объектов
 - б) в проявлении световых ореолов
 - в) в ошибках экспозиции
 3. Существуют ли объективы, полностью избавленные от аберраций?
 - а) да, существуют
 - б) это невозможно
 - в) от аберраций можно избавиться применением специальных оптических насадок на объектив
 4. Что такое дисторсия?
 - а) искажения цветопередачи
 - б) ухудшение резкости
 - в) искривление кривых краев кадра
 5. Что такое астигматизм?
 - а) искажения цвета
 - б) ухудшение резкости
 - в) искажение геометрии фигур
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 3.7

Натурная фотосъемка: пейзаж, архитектура.
Самостоятельная аудиторная работа №224
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какому объективу присуща такая aberrация, как кривизна поля - монокло, анастигмату, триплету?
 - а) монокло
 - б) триплету
 - в) анастигмату
 2. Сколько линз в ахромате - четыре, три или две?
 - а) 2
 - б) 3
 - в) 4
 3. Каких двух aberrаций из предложенных трех - хроматической, сферической, астигматизма - нет в апланате?
 - а) хроматической и астигматизма
 - б) хроматической и сферической
 - в) сферической и астигматизма
 4. В каких единицах измеряется разрешение объектива?
 - а) в пикселях
 - б) в линиях на миллиметр
 - в) в точках
 5. Что такое просветление объектива?
 - а) установка большой передней линзы
 - б) максимальное открытие диафрагмы
 - в) специальное многослойное покрытие линзы
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 3.8

Натурная фотосъемка: пейзаж, архитектура.
Самостоятельная аудиторная работа №225(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Может ли в цифровом фотоаппарате работать выдержка в 1/168 секунды?
 - а) это невозможно в принципе
 - б) да в режиме автоматической выработки
 - в) да, если эту выдержку выбрать в установках
2. Какая из трех выдержек самая короткая - 1 с, 2 с, 1/250 с.
 - а) 1
 - б) 1/250
 - в) 2
3. Во сколько раз отличаются соседние значения выдержек стандартного ряда - в 6 раз, в 3 раза, в 2 раза.
 - а) 6
 - б) 2
 - в) 3
4. Во сколько раз уменьшается или увеличивается пропускание света через объектив при установке диафрагмы на соседнее значение стандартной шкалы диафрагм - в 2 раза, в 1,5 раза, в 1,41 раза.
 - а) в 2
 - б) в 1,5

в)в 1,41

5. Что такое экспозиционные пары?

а) пары соседних значений стандартной шкалы выдержек

б) равноценные с точки зрения экспозиции

в) пары соседних значений стандартной шкалы диафрагм

Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-б

Тема3.9

Фотосъемка предметов, объектов не живой природы.

Практическое занятие №16

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.10

Фотосъемка предметов, объектов не живой природы.

Практическое занятие №17

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.11

Фотосъемка предметов, объектов не живой природы.

Практическое занятие №18

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.12

Фотосъемка натюрмортов

Практическое занятие №19

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.13

Фотосъемка натюрмортов

Практическое занятие №20

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.14

Фотосъемка натюрмортов

Практическое занятие №21

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.15

Фотосъемка архитектуры.

Практическое занятие №22

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.16

Фотосъемка архитектуры.

Практическое занятие №23

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.17

Фотосъемка архитектуры.

Практическое занятие №24

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.18

Фотосъемка интерьера.

Практическое занятие №25

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.19

Фотосъемка интерьера.

Практическое занятие №26

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.20

Фотосъемка интерьера.

Практическое занятие №27

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.21

Фотосъемка пейзажа.

Практическое занятие №28

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.22

Фотосъемка пейзажа.

Практическое занятие №29

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.23

Фотосъемка пейзажа.

Практическое занятие №30

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.24

Фотосъемка рекламного продукта (объект).

Практическое занятие №31

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.25**

**Фотосъемка рекламного продукта (объект).
Практическое занятие №32**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.26**

**Фотосъемка рекламного продукта (объект).
Практическое занятие №33**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.27**

**Анализ рекламной фотографии (объекта неживой природы)
Практическое занятие №34**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.28**

**Анализ рекламной фотографии (объекта неживой природы)
Практическое занятие №35**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 3.29**

Режимы творческой и базовой зоны.

Самостоятельная аудиторная работа №226

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что получится, если заменить одну экспопару другой?
 - а) экспозиция останется верной
 - б) снимок будет передержан
 - в) снимок будет недодержан
2. Какие экспопары экспонометр выбирает в автоматическом режиме "спорт"?
 - а) с максимальной выдержкой
 - б) с минимальной выдержкой
 - в) с максимально открытой диафрагмой
3. Какие экспопары экспонометр выбирает в автоматическом режиме "портрет"?
 - а) с минимальной выдержкой
 - б) с максимально открытой диафрагмой
 - в) с максимальной выдержкой
4. Какой вид интерполяции используется в схеме регулировки светочувствительности сенсора - программный или аппаратный.
 - а) программная интерполяция
 - б) механизм интерполяции не применяется вообще
 - в) аппаратная
5. В характеристиках камеры указан ряд значений светочувствительности ISO - 50, 100, 200 и 400 - какое из них соответствует реальной светочувствительности?

- а)100
- б)150
- в) 50

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 3.30

Режимы творческой и базовой зоны.

Самостоятельная аудиторная работа №227

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что происходит со снимком при увеличении светочувствительности сенсора?
 - а) растет разрешение
 - б)растет уровень шумов
 - в) снижается разрешение
 2. Чем чревато применение цифрового зума?
 - а) непомерным увеличением размера графического файла
 - б)уменьшением детализации и резкости
 - в) чрезмерным увеличением детализации
 3. Что такое экспозиционная поправка?
 - а) смещение экспопары в ту или иную сторону без изменения общего значения экспозиции
 - б) увеличение выдержки
 - в) увеличение или уменьшение сенсора
 4. С каким шагом обычно вносится экспопоправка?
 - а) с любым шагом
 - б) одна ступень изменения экспозиции
 - в) половина ступени изменения экспозиции
 5. Что такое "нулевая экспопоправка"?
 - а)стандартный режим работы без поправок
 - б) выдержка увеличивается на ступень, диафрагма закрывается на ступень
 - в) сдвиг экспопары на одну ступень
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-а

Тема 3.31

Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, ручном режиме людей.

Самостоятельная аудиторная работа №228

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой метод замера экспозиции точнее - многозонный, интегральный или точечный?
 - а) точечный
 - б) многозонный
 - в) интегральный
2. На каких компактных цифровых фотоаппаратах установлен отдельный синхроконттакт?
 - а) ни на каких
 - б) на камерах уровня Canon PowerShot G7
 - в) на всех компактных камерах
3. Что такое "горячий башмак"?
 - а) колодка подключения вспышки с питанием от основного аккумулятора фотоаппарата
 - б)колодка для управления вспышкой
 - в) колодка подключения вспышки с повышенным тепловыделением
4. Можно ли применять внешнюю вспышку с компактными фотоаппаратами, лишенными

колодки для ее подключения?

- а) нет, это невозможно
- б) да, к фотоаппарату можно подключить любую вспышку
- в) да в случае дистанционного пользования

5. Насколько эффективна встроенная вспышка при пейзажной съемке?

- а) эффективна, но с учетом правильной установки экспозиции
- б) очень эффективна
- в) неэффективна

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-в

.

Тема 3.32

Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, ручном режиме людей.

Самостоятельная аудиторная работа №229

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какая вспышка мощней - с ведущим числом 10 или с ведущим числом 25?

- а) 25
- б) никакая из перечисленных, ведущее число сугубо теоретический параметр
- в) 10

2. Как встроенная вспышка влияет на расход энергии аккумулятора фотоаппарата?

- а) уменьшает расход в четыре раза
- б) вдвое сокращает время работы
- в) никак не влияет

3. Почему после срабатывания вспышки фотоаппарат на некоторое время блокируется?

- а) эта пауза нужна для восстановления энергоемкости аккумулятора
- б) для заряда конденсатора вспышки
- в) для того, чтобы снизить эффект ослепления

4. Можно ли применять встроенную вспышку для макросъемки с минимальной дистанции?

- а) да, можно
- б) вспышка не может как-либо повлиять на результат макросъемки
- в) частично

5. Можно ли использовать встроенную вспышку при съемке через микроскоп?

- а) можно
- б) можно, но с применением отражателей
- в) нет

Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 3.33

Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки.

Самостоятельная аудиторная работа №230

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. К какому эффекту приводит использование вспышки при архитектурной съемке?

- а) подчеркивает рельеф зданий
- б) неравномерное освещение объекта
- в) устраняет эффект "плоского" изображения

2. К какому типу осветителей относится вспышка с двумя лампами?

- а) к источникам рисующего света

- б) к источникам заполняющего света
 - в) оба варианта уместны
3. Как проявляется эффект "красных глаз"?
- а) неестественно светящиеся зрачки на фото
 - б) у человека краснеет радужная оболочка глаз
 - в) у человека краснеет белок глаза
4. Как преодолеть эффект "красных глаз"?
- а) выключить вспышку
 - б) расположить вспышку как можно ближе к объективу
 - в) расположить вспышку как можно дальше от объекта
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-в

Тема 3.34

Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки.

Самостоятельная аудиторная работа №231

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой альтернативный способ используется для подавления эффекта "красных глаз"?
 - а) подсветка фона позади объекта съемки
 - б) подача мощного светового импульса
 - в) усиление рисующего света
 2. Какова длительность светового импульса лампы-вспышки?
 - а) не более 1/10 секунды
 - б) от 1/100 секунды и меньше
 - в) более 1 секунды
 3. Выдержка синхронизации 1/2000 секунды - это возможно?
 - а) нет, это исключено
 - б) слишком короткая выдержка, возможно, речь идет о профессиональной аппаратуре
 - в) возможно
 4. Каков диапазон действия встроенной лампы-вспышки?
 - а) от 1 метра до бесконечности
 - б) от 2 метров до бесконечности
 - в) от 2 до 5 метров
 5. Может ли встроенная вспышка быть единственным источником освещения?
 - а) может но нежелательно
 - б) нет, это исключено
 - в) да, в любых случаях
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-в, 5-а

Тема 3.35

Постановочная фотография. Репортажная фотография. Рекламная фотография на продажу.

Самостоятельная аудиторная работа №232

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Можно ли получить качественный портрет, применяя встроенную вспышку в качестве основного источника света?
 - а) нет, это исключено в принципе
 - б) да, конечно, нет никаких проблем
 - в) можно но весьма проблематично
2. Что такое флэшметр?

- а) прибор для измерения емкости карт флэш-памяти
 - б) прибор для форматирования карт флэш-памяти
 - в) прибор для измерения световых импульсов
3. Что относится к пассивным искусственным источникам света?
- а) любые отражающиеся потоки света
 - б) лампы накаливания
 - в) бытовые осветительные приборы
4. Что относится к активным искусственным источникам света?
- а) любые электрические осветители
 - б) лампы вспышки и фотозонты
 - в) отражающие экраны
5. Какие световые волны короче - красные или фиолетовые?
- а) это волны одинаковой длины, поскольку они входят в спектральный состав солнечного света
 - б) фиолетовые
 - в) красные волны самые короткие, фиолетовые самые длинные
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а, 5-б

Тема 3.36

Постановочная фотография. Репортажная фотография. Рекламная фотография на продажу.

Самостоятельная аудиторная работа №232

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое цветовая температура светового потока?
- а) температура, до которой разогреваются предметы при облучении солнечным светом
 - б) показатель преобладания
 - в) это бессмысленный термин, температура и цвет понятия разнородные
2. Какие волны преобладают в высокогорье и у поверхности моря?
- а) красные волны
 - б) фиолетовые
 - в) никакие, солнечный свет всегда содержит волны всего спектра
3. Чем регулируется цветовой баланс в черно-белой пленочной фотографии?
- а) подбором цветных светофильтров
 - б) подбором светочувствительных материалов
 - в) ничем
4. Чем регулируется цветовой баланс в цветной пленочной фотографии?
- а) подбором пленки
 - б) подбором цветных светофильтров
 - в) ничем
5. Чем регулируется цветовой баланс в цифровой фотографии?
- а) подбором цветных светофильтров
 - б) ничем
 - в) настройкой баланса белого
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 3.37

Фотосъемка мужчин и женщин

Практическое занятие №36

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема3.38

Фотосъемка мужчин и женщин

Практическое занятие №37

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.39

Фотосъемка детей (подростки, маленькие дети, младенцы)

Практическое занятие №38

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.40

Фотосъемка детей (подростки, маленькие дети, младенцы)

Практическое занятие №39

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.41

Фотосъемка детей (подростки, маленькие дети, младенцы)

Практическое занятие №40

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.42

Фотосъемка животных

Практическое занятие №41

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.43

Фотосъемка животных

Практическое занятие №42

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.44

Фотосъемка людей в студии.

Практическое занятие №43

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.45

Фотосъемка людей в студии.

Практическое занятие №44

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.46

Фотосъемка людей в студии.

Практическое занятие №45

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.47

Фотосъемка людей в студии.

Практическое занятие №46

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.48

Репортажная фотография. Социальная фотография.

Практическое занятие №47

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.49

Репортажная фотография. Социальная фотография.

Практическое занятие №48

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.50

Репортажная фотография. Социальная фотография.

Практическое занятие №49

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.51

Репортажная фотография. Социальная фотография.

Практическое занятие №50

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 3.52

Графический редактор AdobePhotoshop, его форматы изображений и роли-ков, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №233

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Ручная настройка баланса белого осуществляется по бумажному листу какого цвета?
 - а) по белому листу
 - б) черного
 - в) по листу того цвета, который преобладает в световом потоке
2. Какой цвет отсутствует в световом потоке лампы накаливания?
 - а) голубой
 - б) красный
 - в) зеленый
3. В какое время летнего дня цветовой баланс естественного освещения соответствует

установке баланса белого "солнце"?

- а) с 6, до 18 часов
- б) с 9 часов и до захода солнца
- в) с 8, до 22 часов

4. Как следует располагать лист перед объективом при ручном сведении баланса белого?

- а) неважно, главное, чтобы лист бумаги был в кадре
- б) чтобы в границах кадра был только освещенный лист
- в) чтобы в кадр поместился лист и окружающее его пространство

5. Можно ли использовать при съемках портретов лампы накаливания?

- а) можно, без особых проблем
- б) нет, это исключено
- в) можно при правильной установке баланса белого

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 3.53

Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роли-ков, применение редактора в создании рекламного продукта.

Самостоятельная аудиторная работа №234

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Зачем нужен фотозонт?

- а) для защиты аппаратуры и фотографа от дождя
- б) для фокусировки отражателя
- в) для затемнения прямых лучей солнца

2. Каков срок службы карт флэш-памяти?

- а) 1 год
- б) неограничен
- в) 2 года

3. К какому типу памяти относится оперативная память компьютера?

- а) к динамическому
- б) к статическому
- в) к типу постоянной памяти

4. Что такое ячейка микросхемы флэш-памяти?

- а) транзистор
- б) конденсатор
- в) проводник

5. Что такое "цифровой фотоальбом"?

- а) фоторамка для отображения фотографий
- б) бумажный альбом с отпечатанными цифровыми фотографиями
- в) портативный винчестер

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 3.54

Интерфейс программы Adobe Photoshop, основные команды и панели. Создание рабочего стола.

Самостоятельная аудиторная работа №235

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое бит?

- а) носитель информации
- б) минимальная единица информации
- в) порция информации

2. В каком виде цифровые фотографии хранятся на картах флэш-памяти?
 - а) в виде графических файлов
 - б) в виде электрических сигналов
 - в) в виде программного цифрового кода
 3. Как влияют на сохранность содержимого флэш-памяти магнитные поля?
 - а) никак
 - б) уничтожают всю информацию
 - в) повреждают некоторые сектора карты памяти
 4. Можно ли повредить микросхему флэш-памяти встряхиванием?
 - а) нет, нельзя
 - б) в редких случаях
 - в) можно, карты памяти чувствительны к механическим воздействиям
 5. В каких фотоаппаратах применяются карты флэш-памяти формата PC card?
 - а) в любых
 - б) не применяются вообще
 - в) в дорогих профессиональных
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 3.55

Интерфейс программы Adobe Photoshop, основные команды и панели. Создание рабочего стола.

Самостоятельная аудиторная работа №236

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В чем главный конструктивный недостаток карты памяти формата Compact Flash?
 - а) в больших размерах
 - б) в конструкции контактной группы
 - в) в медленной работе
 2. Могут ли на карте памяти появиться "битые" кластеры?
 - а) нет, не могут
 - б) могут
 - в) только при физическом повреждении карты
 3. Можно ли использовать карту флэш-памяти для длительного многолетнего хранения цифровой информации?
 - а) можно
 - б) нет, без использования записанная информация стирается
 - в) нет, карте требуется периодическое подключение к цифровому фотоаппарату
 4. Применяются ли в цифровой фотоаппаратуре угольно-цинковые сухие элементы питания?
 - а) да, в простых фотоаппаратах
 - б) да, в качестве резервных элементов питания
 - в) нет
 5. Что такое "алкалиновый" элемент питания?
 - а) кислотная перезаряжаемая батарейка
 - б) кислотная перезаряжаемая батарейка
 - в) щелочной элемент
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 3.56

Изменение размера фотографии без потери качества

Самостоятельная аудиторная работа №237

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Чем опасны непerezаряжаемые литиевые элементы питания?
 - а) опасны при механических повреждениях
 - б) они не выдерживают больших токов разряда
 - в) они не герметичны
 2. Что произойдет с литиевым аккумулятором при длительном пребывании на морозе в минус 20 градусов по Цельсию?
 - а) разрушение
 - б) он разрядится
 - в) он потеряет емкость
 3. Что произойдет с литиевым аккумулятором при сильном ударе по его корпусу?
 - а) ничего, аккумулятор просто разрушится
 - б) нагреется и может взорваться
 - в) из аккумулятора выльется едкий электролит
 4. Главный недостаток литиевых аккумуляторов?
 - а) невысокая энергоемкость
 - б) эффект "памяти"
 - в) ограниченный срок службы
 5. Чем устраняется эффект "памяти"?
 - а) глубоким разрядом
 - б) тренировочными зарядами-разрядами
 - в) избыточным зарядом
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-в, 5-б

Тема 3.57

Форматы фотографий, их качество, область применения.

Самостоятельная аудиторная работа №238

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какие из перечисленных аккумуляторов подвержены эффекту памяти - никель-металлгидридные, никель-кадмиевые или литий-полимерные?
 - а) никель-кадмиевые
 - б) литий-полимерные
 - в) никель-металлгидридные
2. Аккумуляторы каких стандартных типоразмеров используются в цифровой фотографии?
 - а) R4
 - б) AA
 - в) AAA
3. Можно ли восстановить утративший емкость литий-ионный аккумулятор, аналог которого отыскать не удастся?
 - а) нет, это невозможно в принципе
 - б) только заменить внешним источником питания или похожим аккумулятором
 - в) можно
4. Можно ли восстановить утративший емкость литий-полимерный аккумулятор, аналог которого отыскать не удастся?
 - а) только заменить внешним источником питания или похожим аккумулятором
 - б) невозможно
 - в) можно, но в условиях специализированной мастерской - литий-полимерные аккумуляторы состоят из объединенный в единый конструктив стандартных элементов в цилиндрических корпусах

5. В течение какого времени будет сохраняться ход внутренних часов цифрового фотоаппарата при извлечении из него аккумулятора?

- а) от 3 часов до полугода
- б) в течение всего срока службы фотоаппарата
- в) часы остановятся сразу

Ответы: 1-а, 2-б, 3-в, 4-б, 5-а

Тема 3.58

Экспозиция, цветовой баланс изображения.

Самостоятельная аудиторная работа №239

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Применяется ли в цифровых фотоаппаратах отдельный элемент питания внутренних часов?

- а) нет, не применяется
- б) да, во всех моделях компактных камер
- в) иногда

2. Какие из перечисленных типов аккумуляторов не склонны к газообразованию и являются полностью герметичными - никель-кадмиевые, никель-металлгидридные, литий-ионные и литий-полимерные?

- а) ни один из перечисленных типов
- б) только литий-ионные и литий-полимерные
- в) все перечисленные

3. Зарядное устройство какого типа не следует применять для зарядки аккумуляторов цифрового фотоаппарата - трансформаторное, импульсное с таймером или устройство с микропроцессорным управлением?

- а) трансформаторного типа
- б) устройство с микропроцессорным управлением
- в) для зарядки не пригодны все перечисленные устройства

4. Можно ли повредить аккумулятор длительным зарядом?

- а) нет, аккумулятор зарядится ровно настолько, насколько он разряжен
- б) вредны любые токи
- в) можно, но только если заряжать аккумулятор очень большим током

5. Выберите версию Studio, обладающую самыми ограниченными возможностями по сравнению с остальными.

- а) Studio Plus
- б) Studio
- в) Studio Ultimate

Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-б, 5-б

Тема 3.59

Основные приемы редактирования фотографий, наложения текста, эффектов, фильтров, замена фона, изменение цветовых настроек, перевод в черно-белую фотографию.

Самостоятельная аудиторная работа №240

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой из этапов работы с видео предусматривает его передачу с внешнего устройства (камеры) на компьютер?

- а) Монтаж
- б) захват
- в) Вывод фильма

2. В каком окне можно запустить процедуру видеозахвата в файл?
 - а) альбом
 - б) дискомер
 - в) проигрыватель
 3. Сейчас длительность фильма составляет чуть менее 12 секунд. Какой она станет, если нажать клавишу Delete на клавиатуре?
 - а) уменьшится до нуля
 - б) уменьшится примерно до 8 секунд
 - в) не изменится
 4. На какие из треков окна Фильм разрешается вставлять видеоклипы?
 - а) на главную дорожку
 - б) на дорожку титров
 - в) на дорожку аудиоэффектов
 5. На какие из треков окна Фильм разрешается вставлять аудиоклипы (из аудиофайлов)?
 - а) на дорожку аудиоэффектов
 - б) на главную дорожку
 - в) на дорожку наложений
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-а

Тема 3.60

Основные приемы редактирования фотографий, наложения текста, эффектов, фильтров, замена фона, изменение цветовых настроек, перевод в черно-белую фотографию.

Самостоятельная аудиторная работа №240

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. На какие из треков окна Фильм разрешается вставлять статические клипы (из графических файлов)?
 - а) на дорожку аудиоэффектов
 - б) на дорожку титров
 - в) на музыкальную дорожку
 2. Что произойдет, если снять флажок "картинка в картинке"?
 - а) эффект "картинка в картинке" будет включен, но его параметры будут сброшены в значения по умолчанию
 - б) эффект "картинка в картинке" будет отключен
 - в) эффект "картинка в картинке" будет отключен, а эффект "ключ цветности" - включен
 3. Что произойдет, если снять флажок слева от названия выделенного эффекта?
 - а) выделенный эффект будет временно отключен
 - б) выделенный эффект будет удален
 - в) все эффекты будут отключены
 4. Что произойдет, если нажать кнопку Удалить (с изображением корзины)?
 - а) выделенный эффект будет временно отключен
 - б) все эффекты будут удалены
 - в) выделенный эффект будет удален
 5. Что произойдет, если нажать кнопку Сброс?
 - а) выделенный эффект будет временно отключен
 - б) выделенный эффект будет удален
 - в) параметры эффекта будут временно изменены
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 3.61

Основные приемы редактирования фотографий, наложения текста, эффектов,

фильтров, замена фона, изменение цветовых настроек, перевод в черно-белую фотографию.

Самостоятельная аудиторная работа №241

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Одному из клипов назначен эффект "картинка в картинке". На какой дорожке он расположен?
 - а) главной дорожке
 - б) дорожке наложений
 - в) дорожке титров
 2. Одному из клипов назначен эффект "скорость". На какой дорожке он расположен?
 - а) дорожке наложений
 - б) дорожке титров
 - в) главной дорожке
 3. С чего нужно начать, чтобы сделать эффект "Землетрясение" динамическим (т.е. меняющим свою интенсивность от начала к концу)
 - а) нажать кнопку Добавить новый эффект
 - б) нажать кнопку Сброс
 - в) установить флажок Использовать ключевые кадры
 4. На каких дорожках присутствуют клипы с назначенными динамическими эффектами (т.е. с ключевыми кадрами)?
 - а) на дорожке титров
 - б) на главной дорожке
 - в) на дорожке аудиоэффектов
 5. Какую из закладок следует выбрать для записи смонтированного фильма на DVD?
 - а) диск
 - б) Файл
 - в) Лента
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-в, 4-б, 5-а

Тема3.62

Импортирование фотографий в графический редактор AdobePhotoshop

Практическое занятие №51

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема3.63

Импортирование фотографий в графический редактор AdobePhotoshop

Практическое занятие №52

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема3.64

Импортирование фотографий в графический редактор AdobePhotoshop

Практическое занятие №53

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема3.65

Импортирование фотографий в графический редактор AdobePhotoshop

Практическое занятие №54

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.66

**Импортирование фотографий в графический редактор AdobePhotoshop
Практическое занятие №55**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.67

**Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии.
Практическое занятие №56**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.68

**Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии.
Практическое занятие №57**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.69

**Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии.
Практическое занятие №58**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.70

**Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии.
Практическое занятие №59**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.71

**Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии.
Практическое занятие №60**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.72

**Перевод цветной фотографии в черно-белое изображение.
Практическое занятие №61**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема3.73

**Создание художественной рамки для фотографии.
Практическое занятие №62**

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.74

Создание художественной рамки для фотографии.

Практическое занятие №63

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.75

Наложение текста на фотографию.

Практическое занятие №64

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.76

Наложение эффектов и фильтров на фотографию.

Практическое занятие №65

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.77

Наложение эффектов и фильтров на фотографию.

Практическое занятие №66

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.78

Наложение эффектов и фильтров на фотографию.

Практическое занятие №67

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.79

Создание нового фона на фотографии

Практическое занятие №68

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.80

Создание нового фона на фотографии

Практическое занятие №69

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.81

Изменение цветовых настроек в дуплекс-режиме.

Практическое занятие №70

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.82

Изменение цветовых настроек в дуплекс-режиме.

Практическое занятие №71

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 3.83

**Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной про-дукции.
ное портфолио**

Самостоятельная аудиторная работа №242

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое MarketGid??
 - а) тизерная сеть
 - б) система тизерной рекламы
 - в) сайт для просмотра ТВ
 2. Что такое тизерные сети?
 - а) локальные сети
 - б) телевизионные сети
 - в) сети-посредники
 3. Разница между телевизионной и тизерной сетью?
 - а) конечному потребителю навязывается реклама
 - б) конечный потребитель может выбирать какую рекламу ему смотреть
 - в) конечному потребителю не навязывается реклама
 4. Что позволяет сделать тизерная сеть?
 - а) не договариваться с каждой площадкой отдельно
 - б) договариваться о рекламе с каждой площадкой отдельно
 - в) позволяет выбирать вашу рекламу разным площадкам
 5. Что такое партнерский сайт?
 - а) сайты, которые у вас хотят разместить рекламу
 - б) все существующие сайты
 - в) сайты которые могут разместить рекламу рекламодателя
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 3.84

**Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной про-дукции.
ное портфолио**

Самостоятельная аудиторная работа №243

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Существовала ли тизерная реклама до 1995г.?
 - а) нет
 - б) да
2. Какие вкладки есть в личном кабинете?
 - а) рекламодателям, заработок, развитие аудитории
 - б) инструменты, настройки, оптимизация
 - в) настройки, оптимизация
3. Какой минимальный платеж для пополнения баланса в системе MarketGit?
 - а) 5 долларов
 - б) 20 долларов
 - в) 15 долларов
4. Можно ли покупать количество кликов?

- а) да, можно купить лимитированное количество в долларах
- б) можно
- в) нет

5. Можно ли выбрать время показов наших объявлений?

- а) нет
- б) не всегда
- в) да

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 3.85

Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной продукции. ное портфолио

Самостоятельная аудиторная работа №244

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Можно ли выбирать в каких регионах будет видно вашу рекламу?

- а) да
- б) нет, включается только страна в которой вы находитесь
- в) нет

2. Где сохраняется созданная вами кампания?

- а) личный кабинет
- б) настройки и инструменты
- в) оптимизация

3. Вы сможете создать тизер если:

- а) другие рекламодатели не рекламируют такие товары\услуги
- б) может, если товар не запрещен к рекламе
- в) товары\услуги известны системе MarketGit

4. R-teaser сервис

- а) где купить тизеры
- б) где представлены примеры тизеров
- в) где продать тизеры

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б

Тема 3.86

Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной продукции. ное портфолио

Самостоятельная аудиторная работа №245

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Размер изображения тизера должен соответствовать размеру:

- а) 250x250 пикселей
- б) 200x200 пикселей
- в) 300x300 пикселей

2. Какой длины заголовки тизера?

- а) 65 знаков
- б) 50 знаков
- в) 80 знаков

3. Можно ли использовать обрывистые заголовки в тизере?

- а) да
- б) нет

в) по договоренности с администрацией

4. Обязательно ли нужно описание для тизера

- а)нет
- б)да
- в) по договоренности с администрацией

5. Зачем нужна категория тизера?

- а) не играет особенной роли
- б) необязательное поле
- в) определяет целевую аудиторию

Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 3.87

Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат, концертная афиша, обложка журнала, поздравительная открытка.

Самостоятельная аудиторная работа №246

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Персональный компьютер в цифровой любительской фотографии это...

- а) хранилище снимков
- б)необходимый инструмент в реализации творчества фотографа
- в) инструмент для записи снимков на оптические носители

2. Что такое PhotoStitch?

- а) автоматический режим работы цифрового фотоаппарата
- б)программа для создания панорам
- в) марка цифрового фотоаппарата

3. Может ли фотоаппарат автоматически создать панораму из нескольких кадров?

- а)да при определенном режиме
- б) нет, это исключено

в) да, при загрузке в фотоаппарат необходимой программы

4. В чем главный недостаток цифровой мини-лаборатории?

- а) некачественная фотопечать
- б) очень высокая стоимость услуг
- в) невозможность контроля процесса изготовления фото

5. Какой персональный компьютер подходит для обработки цифровых изображений?

- а) только РС
- б) только Макинтош
- в) любой современный ПК

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 3.88

Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат, концертная афиша, обложка журнала, поздравительная открытка.

Самостоятельная аудиторная работа №247

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое драйвер?

- а) утилита ускорения работы компьютера
- б)программа поддержки подключенного к устройству компьютера
- в) программа для подключения к компьютеру фотоаппарата

2. Что такое файл подкачки?

- а) файл, используемый системой для ускорения работы компьютера
- б)виртуальная память
- в) файл, в котором хранятся пользовательские данные

3. В чем главный недостаток ноутбука, как графической станции, по сравнению с

настольным компьютером

- а) экран обладает худшими характеристиками
- б) у ноутбука очень низкое быстродействие
- в) ноутбук не может обрабатывать цифровые изображения

4. В чем главное преимущество ЖК монитора перед монитором на основе электронно-лучевой трубки?

- а) у ЖК монитора лучше цветопередача
- б) у ЖК монитора выше яркость изображения
- в) не искажаются формы

5. В чем главное преимущество монитора на основе электронно-лучевой трубки перед ЖК монитором?

- а) у ЭЛТ монитора отсутствуют геометрические искажения изображения
- б) ЭЛТ монитор в отличие от ЖК монитора ничего не излучает
- в) более точное отображение цветов

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-в

Тема 3.89

Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат, концертная афиша, обложка журнала, поздравительная открытка.

Самостоятельная аудиторная работа №248

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Графический редактор это...

- а) программа для внесения в цифровую фотографию текстовых надписей
- б) программа для обработки цветных изображений
- в) программа для работы с рисунками и текстами

2. К какому типу графики относится цифровая фотография - к векторному или к точечному?

- а) к векторному
- б) к точечному
- в) к обоим

3. С каким типом графики работает графический редактор Adobe Photoshop?

- а) с векторной графикой
- б) с любым типом графики
- в) с точечной графикой

4. Что такое "Файндер"?

- а) аналог проводника
- б) английское название "Проводника" Windows
- в) название утилиты просмотра содержимого памяти фотоаппарата в среде Mac OS X

5. Можно ли отформатировать карту флэш-памяти в фотоаппарате?

- а) нет, это можно сделать только средствами операционной системы компьютера
- б) нужно
- в) можно, но это не рекомендуется из-за риска повреждения карты памяти

Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-б

Тема 3.90

Создание рекламного плаката с моделью.

Практическое занятие №72

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 3.91

- Создание рекламного плаката с моделью.
Практическое занятие №73**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.92
- Создание рекламного плаката - социальная реклама.
Практическое занятие №74**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.93
- Создание рекламного плаката - социальная реклама.
Практическое занятие №75**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.94
- Создание рекламного плаката - социальная реклама.
Практическое занятие №76**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.95
- Создание рекламного плаката - социальная реклама.
Практическое занятие №77**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.96
- Создание рекламной концертной афиши
Практическое занятие №78**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.97
- Создание рекламной концертной афиши
Практическое занятие №79**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.98
- Создание рекламной концертной афиши
Практическое занятие №80**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.99
- Создание рекламной концертной афиши
Практическое занятие №81**

- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.100
Создание рекламной концертной афиши
Практическое занятие №82
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.101
Создание рекламной концертной афиши
Практическое занятие №83
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.102
Создание обложки журнала.
Практическое занятие №84
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.103
Создание обложки журнала.
Практическое занятие №85
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.104
Создание обложки журнала.
Практическое занятие №86
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.105
Создание обложки журнала.
Практическое занятие №87
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.106
Создание обложки журнала.
Практическое занятие №88
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема3.107
Создание обложки журнала.
Практическое занятие №89
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.108

Создание обложки журнала.

Практическое занятие №90

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема3.109

Создание обложки журнала.

Практическое занятие №91

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 4.1

**Видеоборудование, классификация видеокамер, их область применения,
профессиональные видеокамеры.**

Самостоятельная аудиторная работа №249

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Можно ли подключить к компьютеру Макинтош веб-камеру, в спецификациях которой не

заявлена совместимость с Mac OSX?

а) нет, это исключено

б) можно, если воспользоваться программами сторонних разработчиков

в) можно без каких бы то ни было дополнительных программ

2. Что такое вьювер?

а) вентилятор охлаждения аппаратных компонентов персонального компьютера

б) программа просмотра цифровых изображений

в) графический редактор

3. Что такое плагин?

а) устройство, отвечающее требованиям спецификаций Plug&Play

б) программа поддержки внешних устройств

в) программное дополнение к какому-либо обеспечению

4. Можно ли просмотреть фотографию в формате JPG на компьютере?

а) да

б) нет, это невозможно

в) для просмотра необходимо наличие графического редактора

Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-а

Тема 4.2

Уход за видеоборудованием, его хранение

Самостоятельная аудиторная работа №250

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Чем отличаются файл с расширениями jpg и jpeg?

а) первый сжат с большим коэффициентом компрессии

б) ничем

в) второй более компактен

2. В каком типе графики для построения изображения используются примитивы геометрических фигур?

- а) в графике примитивного типа
 - б) в графике векторного типа
 - в) в растровой графике
3. Каково предназначение программы Adobe Photoshop Album Starter Edition?
- а) бесплатный катализатор графики
 - б) это упрощенный вариант Adobe Photoshop для фотолюбителей
 - в) это программа запуска графического редактора Adobe Photoshop
4. В чем смысл оснащения компьютера двумя физическими жесткими дисками с точки зрения обработки сложной графики?
- а) в распараллеливании потоков
 - б) в увеличении быстродействия дисковой системы
 - в) только такая система может называться "винчестером"
5. Что такое фильтры Adobe Photoshop?
- а) светофильтры, сертифицированные компанией Adobe
 - б) программы для обработки графических файлов
 - в) программные дополнения к программе
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 4.3

Уход за видеоборудованием, его хранение Самостоятельная аудиторная работа №251

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Объективы к видеокамерам, область применения, штативы, ST-Dcam, их область применения, аккумуляторы, видеосумки, средства ухода за видеоаппаратурой, диски, кассеты, flash-карты
- а) светофильтры, сертифицированные компанией Adobe
 - б) программы для обработки графических файлов
 - в) программные дополнения
2. В чем главные недостатки полного пакета Adobe Photoshop?
- а) он не предназначен для обработки цифровых фотографий
 - б) он очень нестабилен
 - в) трудности обучения и высокая стоимость
3. В чем отличия Adobe Photoshop Elements от Adobe Photoshop?
- а) упрощенный вариант
 - б) Adobe Photoshop Elements умеет обрабатывать элементы цифровых изображений
 - в) он обладает дополнительными функциями по сравнению с Adobe Photoshop
4. Каково назначение модуля View and Organize Photos?
- а) редактирование фотографий
 - б) просмотр и каталогизация фотографий
 - в) просмотр и увеличение резкости снимков
5. Что записано в EXIF?
- а) текстовые поля в графических файлах
 - б) цифровые снимки с карты памяти фотоаппарата
 - в) название последовательных портов персонального компьютера
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-б, 5-а

Тема 4.4

Уход за видеоборудованием, его хранение Самостоятельная аудиторная работа №252

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Чем опасно обозначение снимков кириллицей?
 - а) неправильная обработка файлов
 - б) компьютер не оперирует русскими названиями файлов
 - в) снимки могут быть случайно уничтожены
 2. Чем отличаются расширенный и сокращенный режимы работы Adobe Photoshop Elements?
 - а) в упрощенном режиме невозможна обработка фотографий
 - б) в расширенном режиме редактор превращается в полную версию Adobe Photoshop
 - в) недоступность некоторых функций
 3. Что означает "отображение в реальном разрешении"?
 - а) совпадение с разрешением фотоаппарата
 - б) изображение выводится на весь экран
 - в) изображение занимает все рабочее окно редактора полностью
 4. Что такое слои изображения?
 - а) разделение изображения на участки, равные по яркости и контрасту
 - б) разделение изображения на зоны
 - в) горизонтальные и вертикальные линии, делящие изображение на равные части
 5. Зачем нужна кнопка с изображением "лассо"?
 - а) для выделения произвольной области
 - б) для обрезки части снимка
 - в) для ретуши фотографии
- Ответы: 1-б, 2-в, 3-а, 4-б, 5-а

Тема 4.5

Эксплуатация видеоборудования

Практическое занятие №92

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02. Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 4.6

Эксплуатация видеоборудования

Практическое занятие №93

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02. Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 4.7

Эксплуатация видеоборудования

Практическое занятие №94

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02. Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 4.8

Эксплуатация видеоборудования

Практическое занятие №95

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02. Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01 Реклама).

Тема 4.9

**Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика.
Сюжет, тема, цели, проблемы, факты, жанр, видеоролика.**

Самостоятельная аудиторная работа №253
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое экспозиция сюжета?
 - а) первоначальное знакомство с героями фильма и его сюжетными линиями
 - б) высшая точка развития действия, самый напряженный момент
 - в) развитие действия
 2. Вы снимаете спортивные состязания штангистов. Необходимо запечатлеть участника соревнования по поясу. Как будет называться такой план?
 - а) деталь
 - б) крупный
 - в) первый средний
 3. Что такое монтаж по фазе движения?
 - а) объект снятый в движении одним кадром
 - б) весь фильм построен на постоянном движении героев
 - в) двигающиеся люди должны смотреть друг на друга
 4. Выберите параметры, от которых зависит размер файла цифрового видео:
 - а) разрешение кадра в пикселях
 - б) размер монитора, на котором осуществляется монтаж фильма
 - в) скорость интернет-соединения, с помощью которого файл отправляется на компьютер пользователя
 5. Какими должны быть поля видео-файла, который предназначен для просмотра на компьютере?
 - а) 1 дюйм
 - б) полей быть не должно
 - в) 4 дюйма
- Ответы: 1-в, 2-в, 3-а, 4-а, 5-б

Тема 4.10

Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика.
Сюжет, тема, цели, проблемы, факты, жанр, видеоролика.

Самостоятельная аудиторная работа №254
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что такое компрессия, применительно к видео-файлу?
 - а) разделение звукового и видео-потоков
 - б) сжатие видеофайла
 - в) наложение звука на видео
2. Что происходит при импортировании медиа-файлов в проект Adobe Premier?
 - а) файлы внедряются в библиотеку проекта, откуда они извлекаются по мере надобности
 - б) программа создает ссылки на файлы
 - в) происходит внедрение всех файлов в текущий проект. Это требует довольно много времени и занимает достаточное количество системных ресурсов
3. Для чего создается сценарная заявка?
 - а) рабочая версия фильма
 - б) для получения разрешения на проведение съемки в данной местности
 - в) сценарная заявка - это эскизные наброски задумки режиссера
4. Для чего используется съемка со штатива?
 - а) для нетрясающегося изображения
 - б) для получения хорошо освещенного фона
 - в) штатив обеспечивает мобильность, камеру легко переносить

5. Выберите соотношение сторон для широкого экрана:

- а) 4:3
- б) 5:2
- в) 15:9

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 4.11

Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Со-здание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности.

Самостоятельная аудиторная работа №255

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. От чего зависит количество кадров во временной базе?

- а) от выбранного режима видео
- б) количество кадров во временной базе - величина постоянная, она не зависит ни от чего
- в) от размера кадра

2. Выберите основное окно программы Adobe Premiere:

- а) проект
- б) сценарий
- в) палитра

3. Для чего предназначен инструмент выбора (Selection Tool) в окне Монтажный стол (Timeline)?

- а) для выбора всех клипов на дорожке, которые расположены правее текущего положения курсора
- б) для выделения одного клипа
- в) инструмент выбора позволяет разрезать один клип на два

4. Для чего предназначен инструмент выбора трека (Track Select Tool) в окне Монтажный стол (Timeline)?

- а) для выделения одного клипа, трека, переключения фокуса на одно из окон
- б) для выбора всех клипов на дорожке
- в) инструмент выбора позволяет разрезать один клип на два

5. Можно ли для отдельного трека задать собственный режим прозрачности?

- а) нет, нельзя
- б) треки вообще не поддерживают настройки прозрачности
- в) да

Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 4.12

Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию.

Самостоятельная аудиторная работа №256

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Что происходит при удалении дорожки?

- а) удаляется все содержимое трека
- б) трек выключается из коллекции, а его содержимое остается в фильме
- в) фильм перестает воспроизводиться

2. Что происходит при закрытии трека (Toggle track lock)?

- а) ничего
- б) трек удаляется из фильма вместе со всем своим содержимым
- в) трек остается в проекте, но его содержимое не включается в фильм

3. Что такое маркер?

- а) отметка определенного фрагмента ролика

- б) выделение фоновым цветом определенного видеофрагмента или его части
в) блокировка редактирования ролика или клипа
4. Как называется аудиопереход, при котором происходит плавная смена фрагментов без изменения громкости звука?
а) постоянное усиление
б) постоянное увеличение
в) постоянный звук
5. Как называется аудиопереход, при котором происходит плавное затухание первого звукового фрагмента в сочетании с плавным нарастанием второго звукового фрагмента?
а) постоянное увеличение
б) постоянный звук
в) постоянное усиление
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-б, 5-в

Тема4.13

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №96

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.14

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №97

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.15

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №98

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.16

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №99

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.17

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №100

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.18

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №101

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.19

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №102

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 4.20**

Построение структуры сценария ролика.

Практическое занятие №103

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема 4.22**

Основные приемы видеосъемки.

Самостоятельная аудиторная работа №257

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Назовите тип видеокамеры, которая подключается к компьютеру по интерфейсу USB и не имеет собственных устройств хранения видеoinформации.

а) DV-камера

б) веб-камера

в) аналоговая камера

2. Какие носители видеoinформации обычно используют в HD-видеокамерах?

а) Mini-DV видеокассеты

б) карты памяти

в) такие камеры напрямую подключаются к ПК, не имеют носителей информации

3. Можно ли управлять цифровой видеокамерой с компьютера с использованием программ видеомонтажа?

а) возможно

б) невозможно

в) это возможно лишь для некоторых типов видеокамер

4. Какие выходные интерфейсы обычно имеют аналоговые видеокамеры?

а) композитный видеовыход

б) FireWire

в) USB

5. Какой подход следует использовать для оцифровки видеоряда с аналоговой видеокамеры или видеомагнитофона?

а) следует подключить устройство напрямую к ПК, используя интерфейс FireWire

б) видеоряд с аналоговых камер нельзя оцифровать

в) следует воспользоваться специальной системой захвата

Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудитория по расписанию

2. Максимальное время выполнения задания: 3 мин.

Тема 4.23

Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении

Самостоятельная аудиторная работа №258

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Сколько разъемов включает в себя композитный видеовыход?
 - а)1
 - б)3
 - в)5
 2. Сколько разъемов композитного видеовыхода предназначено для передачи видеоизображения?
 - а)2
 - б)1
 - в)3
 3. Сколько разъемов композитного видеовыхода предназначено для передачи звукового сигнала?
 - а)1
 - б)3
 - в)2
 4. С помощью какого интерфейса обычно соединяют компьютеры и WEB-камеры?
 - а) usb
 - б) композитный видеовыход
 - в) S-Video
 5. Каково альтернативное название кабеля, имеющего несколько RCA-разъемов?
 - а) композитный видеовыход
 - б) FireWire-кабель
 - в) USB-кабель
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-в, 4-а, 5-а

Тема4.23

Видеосъемка общего плана.

Практическое занятие №104

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема4.24

Видеосъемка крупного плана.

Практическое занятие №105

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема4.25

Видеосъемка крупного плана.

Практическое занятие №106

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема4.26

Видеосъемка крупного плана.

Практическое занятие №107

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).

Тема4.27

Видеосъемка крупного плана.

Практическое занятие №108

- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.28
Видеосъемка крупного плана.
Практическое занятие №109
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.29
Видеосъемка диалога нескольких героев.
Практическое занятие №110
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.30
Видеосъемка диалога нескольких героев.
Практическое занятие №111
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.31
Видеосъемка диалога нескольких героев.
Практическое занятие №112
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.32
Видеосъемка диалога нескольких героев.
Практическое занятие №113
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.33
Видеосъемка диалога нескольких героев.
Практическое занятие №114
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.34
Видеосъемка героев в движении
Практическое занятие №115
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.35
Видеосъемка героев в движении
Практическое занятие №116
- (см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.36

Видеосъемка героев в движении

Практическое занятие №117

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.37

Видеосъемка героев в движении

Практическое занятие №118

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.38

Видеосъемка героев в движении

Практическое занятие №119

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.39

Видеосъемка героев в движении

Практическое занятие №120

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 4.42

Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении

Самостоятельная аудиторная работа №259

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой цвет имеет разъем (разъемы) композитного видеовыхода, используемый (используемые) для передачи аудиосигнала?

а) желтый и белый

б) красный и белый

в) красный, оранжевый и зеленый

2. Какова длительность записи на MiniDV-видеокассету в режиме FP?

а) 30 минут

б) такого режима не существует

в) 2 часа

3. Какова длительность записи на MiniDV-видеокассету в режиме SP?

а) 1 час

б) 1,5 часа

в) 2 часа

4. Какова длительность записи на MiniDV-видеокассету в режиме LP?

а) 30 минут

б) 1 час

в) 1,5 часа

5. Для чего, обычно, используется интерфейс USB в аналоговых видеокамерах, кроме вебкамер?

- а) такой интерфейс не применяется
 - б) для переноса на компьютер видеозаписи (в части видеосигнала и аудиосигнала) с видеокамеры
 - в) для передачи на компьютер звуковой информации, относящейся к видеозаписи
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-в, 5-а

Тема 4.43

Форматы видео – файлов, их качество, установки проекта: система PAL, NTSC, HDR.

Самостоятельная аудиторная работа №260

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Допускается ли соединение цифровой видеокамеры, поддерживающей интерфейс FireWire, с другим FireWire-устройством, минуя компьютер?
 - а) допускается
 - б) допускается, но только с видеокамерами той же марки и модели
 - в) не допускается
 2. Каковы функции панели "Фильм" программы Windows Movie Maker?
 - а) монтаж фильма
 - б) она позволяет просматривать готовый фильм в процессе монтажа
 - в) она предназначена для создания новых эффектов и видеопереходов
 3. В каких режимах можно осуществлять монтаж фильма в Windows Movie Maker?
 - а) выключки
 - б) раскадровки
 - в) альфа-смешивания
 4. Каковы особенности видеомонтажа в режиме выключки в Windows Movie Maker?
 - а) в этом режиме можно управлять длительностью клипов, включенных в фильм, настраивать параметры звукового сопровождения, управлять длительностью и расположением титров
 - б) такого режима не существует
 - в) этот режим позволяет быстро добавить в проект клипы, добавить видеоэффекты, переходы, проконтролировать последовательность клипов, однако, он не подходит для более серьезных работ по монтажу
 4. Что такое, в терминах Windows Movie Maker, Сборник?
 - а) готовый фильм, который можно сохранить в виде файла на жестком диске ПК или записать на внешний носитель
 - б) полная копия содержимого носителя информации, применяемого в видеокамере
 - в) набор материалов импортируемых в программу
 5. Что такое, в терминах Windows Movie Maker, Проект?
 - а) готовый фильм, который можно сохранить в виде файла на жестком диске ПК или записать на внешний носитель.
 - б) набор видеоклипов, аудиоклипов, изображений, звуковых файлов, импортированных в программу
 - в) сведения о расположении и длительности клипов
- Ответы: 1-а, 2-а, 3-б, 4-б, 5-в

Тема 4.44

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №121

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.45

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №122

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.46

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №123

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.47

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №124

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.48

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №125

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.49

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №126

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема4.50

Видео-редакторы-Movie, Adobe Premiere.

Практическое занятие №127

(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01

Реклама).

Тема 4.51

Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды, захват видео, импортирование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе.

Самостоятельная аудиторная работа №261

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Каким образом можно запустить процесс переноса видеоинформации с видеокамеры на компьютер для использования в Windows Movie Maker?
 - а) воспользоваться командой Импорт видео панели Операции с фильмами
 - б) воспользоваться командой запись
 - в) воспользоваться командой Импорт изображений панели Операции с фильмами
2. Каким образом можно добавить в проект Windows Movie Maker видеофайлы, которые уже записаны на компьютер?

- а) воспользоваться командой Импорт изображений панели Операции с фильмами
 - б) воспользоваться командой Запись с видеоустройства панели Операции с фильмами
 - в) ничего делать не нужно, программа автоматически находит все видеофайлы на жестком диске компьютера и делает их доступными для монтажа
3. Если вы хотите, чтобы фильм, смонтированный на основе видеоматериалов, снятых DV-видеокамерой на цифровую видеокассету, получился бы, в итоге, как можно более качественным, в каком видеоформате, выбираемом на одном из этапов работы с Мастером видеозаписи, следует осуществлять видеозахват?
- а) формат цифрового устройства
 - б) наилучшее качество воспроизведения на компьютере (рекомендуется)
 - в) высококачественное видео (большое)
4. Если переписать видео с видеокамеры формата MiniDV в том же формате, в котором оно хранится на MiniDV-кассете, каким, примерно, будет объем хранимых данных для одного часа записи?
- а) около 15 Мб
 - б) около 13 Мб
 - в) около 150 Мб
5. Если вам нужно скопировать проект Windows Movie Maker на другой компьютер, какие файлы нужно будет перенести?
- а) видеофайлы, файлы других форматов автоматически включаются в файл проекта
 - б) файл проекта, видеофайлы и звуковые файлы, файлы изображений автоматически включаются в файл проекта
 - в) файл проекта
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-б, 5-в

Тема 4.52

Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды, захват видео, импортирование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе.

Самостоятельная аудиторная работа №262

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Если при импорте видеозаписи с MiniDV-цифровой видеокамеры, подключенной к компьютеру по FireWire, нужно перемотать ленту или выполнить другие подобные действия, как следует поступить?
 - а) подобные действия невозможны, можно лишь импортировать всю видеозапись целиком
 - б) через интерфейс мастера видеозаписи
 - в) нужно воспользоваться органами управления видеокамеры
2. Какие действия с видеоклипами, помимо просмотра, позволяет выполнять панель монитора в Windows Movie Maker?
 - а) позволяет разрезать видеоклип по текущему кадру
 - б) она позволяет запустить автоматический видеомонтаж
 - в) она позволяет регулировать местоположение титров в фильме
3. В каком режиме монтажа можно настраивать длительность клипов, добавленных в фильм?
 - а) только в режиме шкала времени
 - б) только в режиме раскадровки
 - в) только в режиме выключки
4. В каком режиме монтажа можно добавить к клипу, входящему в фильм и уже добавленному на монтажную панель, видеоэффекты?
 - а) в любом
 - б) только в режиме раскадровки

- в) только в режиме шкалы времени
5. Можно ли добавить к видеоклипу, помещенному на монтажную панель, более одного эффекта?
- а) нет, нельзя
- б) можно, но только в режиме раскадровки
- в) да, можно
- Ответы: 1-б, 2-а, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 4.54

**Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды, захват видео, импортирование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе.
Самостоятельная аудиторная работа №263
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Сколько видеопереходов можно добавить к одному стыку между соседними клипами?
- а) 5
- б) 1
- в) 8
2. Как можно отредактировать текстовое содержание и оформление титров и названий, добавленных в фильм?
- а) с помощью окон свойств этих элементов
- б) интерактивно, с помощью инструментов монтажной панели
- в) эти параметры нельзя редактировать, нужно создать новые титры или название
3. Какие основные этапы работы над фильмом отражены в интерфейсе главного окна Pinnacle Studio Plus 11?
- а) очистка диска
- б) монтаж
- в) тестирование видеокамеры
4. Каковы особенности режима Монтажный лист окна Фильм в Pinnacle Studio Plus 11?
- а) описание входящих в него клипов
- б) в этом режиме клипы, из которых формируется фильм, представлены в том порядке, котором они расположены в клипе, длительность клипов регулировать нельзя
- в) в этом режиме представлено множество дорожек, на которых можно размещать различные типы клипов, управляя их длительностью и взаимным расположением.
5. Каковы особенности режима Видеомонитор лист окна Фильм в Pinnacle Studio Plus 11?
- а) в этом режиме клипы, из которых формируется фильм, представлены в том порядке, котором они расположены в клипе, длительность клипов регулировать нельзя
- б) в этом режиме представлено множество дорожек, на которых можно размещать различные типы клипов, управляя их длительностью и взаимным расположением
- в) такого режима не существует
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а, 5-в

Тема 4.55

**Основные принципы монтажа, видео – переходы, видео-эффекты, аудио-переходы, аудио – эффекты
Самостоятельная аудиторная работа №264
(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)**

Тестовые задания:

1. Каковы особенности видеозахвата с аналоговой камеры в Pinnacle Studio Plus 11?
- а) можно настроить параметры видеоизображения

- б) при видеозахвате можно перематывать кассету и управлять камерой непосредственно из интерфейса программы
- в) программа не поддерживает видеозахват с этого типа видеокамер
2. Каковы особенности видеозахвата с цифровой камеры в Pinnacle Studio Plus 11?
- а) при видеозахвате можно настроить параметры видеоизображения (яркость, контрастность и т.д.)
- б) можно перематывать кассету и управлять камерой
- в) программа не поддерживает видеозахват с этого типа видеокамер
3. Окно Проигрыватель и некоторые другие окна в программе в Pinnacle Studio Plus 11 имеют поля счетчика. Отметьте утверждения, верные для следующего показания счетчика: 1:10:17.08
- а) счетчик указывает на то, что просматривается семнадцатый кадр
- б) счетчик указывает на то, что просматривается десятый кадр
- в) счетчик указывает на то, что просматривается восьмой кадр
4. Окно Проигрыватель и некоторые другие окна в программе в Pinnacle Studio Plus 11 имеют поля счетчика. Отметьте утверждения, верные для следующего показания счетчика: 1:65:08.03
- а) счетчик указывает на то, что просматривается третий кадр
- б) счетчик указывает на то, что просматривается первый кадр
- в) приведенные показания не верны
5. Что хранят файлы проектов Pinnacle Studio Plus 11?
- а) все материалы (видео, звуки, изображения), включенные в фильм
- б) только видео, звуки и другие медиаматериалы хранятся в виде внешних файлов
- в) только служебные данные о фильме
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 4.56

Микширование звука

Самостоятельная аудиторная работа №265

(см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. По какому адресу в Pinnacle Studio Plus 11 можно найти список видеопереходов для добавления в фильм?
- а) монтаж-показать переходы
- б) открыть/закрыть видео-инструментарий - Добавить переходы к видеоклипу
- в) монтаж -Добавить эффекты и переходы к видеоклипу
2. На какую дорожку, по умолчанию, попадают видеоклипы при добавлении их в фильм?
- а) наложенная дорожка
- б) видеодорожка
- в) основная дорожка
3. Если накладываемый видеоряд планируется воспроизводить в пределах основного видеоряда, как можно поступить с накладываемым видеорядом при изменении его размеров?
- а) масштабировать при изменении размера
- б) масштабировать либо обрезать
- в) обрезать, задав границы обрезки
4. Что такое SmartMovie?
- а) это любой спецэффект, примененный к клипу
- б) это функция создания «умного» меню для DVD-фильма
- в) автоматическое создание музыкального видеоклипа
5. Как расположить в фильме сразу несколько клипов?

- а) это невозможно, можно лишь располагать клипы по одному
 - б) для этого нужно выделить (только последовательно) нужные клипы и перетащить их в окно Фильм
 - в) выделить и перетащить
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 4.57

Формат кадра ролика, изменение его параметров в видео - редакторе. Самостоятельная аудиторная работа №266 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. В каком режиме можно удалить клип из фильма?
 - а) только в режиме Монтажный лист
 - б) в любом
 - в) только в режиме Сценарий
 2. Если разместить клип в окне Фильм в режиме наложения, установить индикатор просмотра на область фильма, где клипы перекрываются, и включить воспроизведение, что произойдет?
 - а) в окне воспроизведется только наложенный клип
 - б) в окне проигрывателя отобразятся оба клипа, окно воспроизведения будет разделено между ними
 - в) наложенный клип будет уменьшен до 30% и размещен в правом верхнем углу основного клипа
 3. Где в Pinnacle Studio Plus 11 находятся средства настройки параметров видеопереходов?
 - а) в окне Показать переходы
 - б) в окне видеоинструментарий
 - в) в окне Вывод фильма
 4. При каких условиях можно добавить к видеоряду несколько видеоэффектов?
 - а) это невозможно в любом случае
 - б) для этого нужно, чтобы на главный видеоряд обязательно был наложен другой видеоряд
 - в) это возможно в любом случае
 5. При каких условиях можно назначить эффект картинка-в-картинке основному видеоряду?
 - а) для этого нужно, чтобы на главный видеоряд обязательно был наложен другой видеоряд
 - б) для этого нужно, чтобы видеоряд, к которому планируется добавить несколько видеоэффектов был захвачен с аналоговой видеокамеры
 - в) это возможно в любом случае
- Ответы: 1-б, 2а, 3-б, 4-в, 5-в

Тема 4.58

Скорость кадров в ролике. Самостоятельная аудиторная работа №267 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. Какой механизм лежит в основе применения динамических видеоэффектов?
 - а) ключевые кадры
 - б) хроматический ключ
 - в) наложение дополнительного видеоряда
2. Что такое интерактивные титры?
 - а) это обычные титры, к которым применен один из эффектов оформления титров
 - б) меню

- в) это – любые титры, добавленные на дорожку титров
3. На какой дорожке окна Фильм может быть расположено DVD-меню?
- а) дорожке звуковых эффектов
б) основной
в) дорожке титров
4. С помощью какого инструмента Pinnacle Studio Plus 11 можно отредактировать длительность воспроизведения титров?
- а) с помощью окна Фильм
б) с помощью Редактора титров
в) с помощью окна Проигрыватель
5. Как изменить размер (по горизонтали и вертикали) видеоклипа, наложенного в режиме «картинка в картинке»?
- а) в окне видео-инструментарий
б) это невозможно, так его размер зависит от разрешения наложенного видео
в) это можно сделать в окне проигрывателя
- Ответы: 1-а, 2-б, 3-б, 4-а, 5-а

Тема 4.59

Масштабирование, прозрачность, наложение эффектов на кадры. Самостоятельная аудиторная работа №268 (см. Методические указания по выполнению самостоятельных работ)

Тестовые задания:

1. С помощью какого инструмента Pinnacle Studio Plus 11 можно редактировать визуальное оформление DVD-меню?
- а) окна Фильм
б) редактора титров
в) окна Проигрыватель
2. Для каких целей можно использовать подраздел Файл окна Вывод фильма?
- а) для вывода и записи фильма непосредственно на видеокамеру
б) создание видеофайла для компьютера
в) для вывода и записи видео на подключенный к компьютеру видеомagniтофон
3. Для каких целей можно использовать подраздел Диск окна Вывод фильма?
- а) для вывода видео
б) для вывода и записи фильма непосредственно на видеокамеру
в) для вывода и записи видео на подключенный к компьютеру видеомagniтофон
4. Видеоматериал какой длительности может быть записан на стандартный DVD-диск объемом 4,7 Гб?
- а) длительность зависит от скорости записи материала на диск
б) примерно 1,5 часа
в) зависит от настроек качества видео
- Ответы: 1-б, 2-б, 3-а, 4-а

Тема 4.61

Импортирование видео-файлов в видео-редактор. Практическое занятие №130

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

Тема 4.62

Импортирование видео-файлов в видео-редактор.

- Практическое занятие №131**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.63
- Импортирование видео-файлов в видео-редактор.**
Практическое занятие №132
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.64
- Импортирование видео-файлов в видео-редактор.**
Практическое занятие №133
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.65
- Монтирование видеоролика.**
Практическое занятие №134
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.66
- Монтирование видеоролика.**
Практическое занятие №135
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.67
- Монтирование видеоролика.**
Практическое занятие №136
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.68
- Монтирование видеоролика.**
Практическое занятие №137
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.69
- Создание эффектов в видеоролике**
Практическое занятие №138
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.70
- Создание эффектов в видеоролике**

- Практическое занятие №139**
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.71
- Создание эффектов в видеоролике**
Практическое занятие №140
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.72
- Создание эффектов в видеоролике**
Практическое занятие №141
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.73
- Создание титров в ролике.**
Практическое занятие №142
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.74
- Создание титров в ролике.**
Практическое занятие №143
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.75
- Создание титров в ролике.**
Практическое занятие №144
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.76
- Создание титров в ролике.**
Практическое занятие №145
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.77
- Рендеринг проекта ролика.**
Практическое занятие №146
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.78
- Рендеринг проекта ролика.**
Практическое занятие №147
(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.

**Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.79**

**Рендеринг проекта ролика.
Практическое занятие №148**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.80**

**Рендеринг проекта ролика.
Практическое занятие №149**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.81**

**Экспортирование видеоролика
Практическое занятие №150**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.82**

**Экспортирование видеоролика
Практическое занятие №151**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).
Тема4.83**

**Экспортирование видеоролика
Практическое занятие №152**

**(см. методические указания по выполнению практических работ по ПМ 02.
Производство рекламной продукции для студентов специальности СПО 42.02.01
Реклама).**

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

Рубежный контроль МДК 02.01.

- 1.Перетяжка изготавливается из:

- а) тканевого материала- верно
 - б) металлического материала
 - в) дерева
2. Из какого языка в Россию пришел термин «маркиза»?
- а) немецкий
 - б) греческий
 - в) французский- верно
3. Светотехническое изделие, которое представляет собой объемную конструкцию с лицевой поверхностью из translucentного материала (пропускающего свет), с боковинами и тыльной (задней) поверхностью из металла или пластика ПВХ (поливинилхлорида)
- а) световой короб- верно
 - б) маркиза
 - в) перетяжка
4. Остановочный павильон:
- а) отдельно стоящий световой короб- верно
 - б) устанавливается в павильоне ожидания общественного транспорта
 - в) Устанавливается вблизи отелей, ресторанов и кафе
5. Тумба с двумя либо тремя рекламными изображениями размером 3 м в высоту и 1,4 м в ширину это
- а) пиллар- верно
 - б) видеоэкран
 - в) банер
6. Самый продуктивный этап жизненного цикла товара, где товар имеет наивысшую востребованность у целевой аудитории:
- а) внедрение
 - б) рост- верно
 - в) зрелость
 - г) спад
7. Что такое "композиция"?
- а) соразмерность, пропорциональность частей чего-либо, расположенных по обе стороны от середины, центра- верно
 - б) это неравномерное распределение информации между сторонами объекта
 - в) соотношение и взаимное расположение частей художественного произведения
 - г) правила и характеристики в целях их добровольного многократного использования
8. Что означает термин "симметрия"?
- а) количество точек в определённой композиции
 - б) закономерное расположение подобных (одинаковых, равных по размеру) частей- верно
 - в) неравномерное распределение композиции, согласно центру
 - г) неравномерное распределение информации между сторонами объекта
9. Красный, синий и желтый цвет относятся к:
- а) основным- верно
 - б) второстепенным
 - в) производственным
 - г) монохромным
10. Что означает термин "монохромные цвета"?
- а) цвета радуги
 - б) оттенки серого- верно
 - в) красный и все его производные
 - г) градация от зелёного до синего

11. Считается ли чёрный и белый цветами, согласно тоновой шкале?
- нет- верно
 - да
 - только в сочетании с основными цветами
 - только в сочетании друг с другом
12. На каком языке впервые прозвучал термин "гармония"?
- греческий- верно
 - английский
 - французский
 - китайский
13. Про кого можно сказать, что они являются частью целевой аудитории?
- потребители
 - предприниматели
 - розничные продавцы
 - все варианты верны- верно
14. Люди, которые занимаются закупками или выдают задания на продукцию, используемую предприятиями, составляют целевую аудиторию для:
- потребительской рекламы
 - социальной рекламы
 - деловой рекламы (b2b)- верно
 - политической рекламы
15. Что означает термин "b2b"?
- реклама для бизнеса- верно
 - народная реклама
 - потребительская реклама
 - социальная реклама
16. Местная или локальная реклама, действие которой распространяется:
- на муниципальные территории- верно
 - на международном уровне
 - на федеральном уровне
 - на региональном уровне
17. На кого ориентирована реклама на радио?
- на слушателей находящихся дома, на работе, за рулём, на отдыхе- верно
 - на телезрителей, находящихся дома либо в организациях общественного питания
 - на пользователей сети интернет
 - на прохожих конкретной локации
18. Что означает термин "АИДА" (AIDA)?
- одна из самых распространённых моделей рекламного обращения. Аббревиатура английских слов: внимание, интерес, желание, действие. В 1896 году предложена Э. Левисом (США)- верно
 - отбор для проведения рекламного исследования такого количества предметов или лиц, увеличение которого привело бы лишь к подтверждению данных, полученных в результате исследований самой выборки
 - повторение однородных согласных звуков во фразе, строке, строфе рекламного текста
 - общеупотребительное название иерархической модели потребностей человека, представляющей собой упрощённое изложение идей американского психолога Абрахама Маслоу
19. Анализ эффективности рекламы - это...
- краткие сведения о предмете рекламы, пояснения, на чём должен быть сделан рекламный акцент

- б) количество слушателей/читателей/зрителей рассматриваемого носителя рекламы
 - в) измерение степени воздействия рекламы на потребителя до или после проведения рекламной кампании- верно
 - г) документ, в котором заказчик совместно с исполнителем прописывают задачи, уточняют предстоящие этапы работы и разбирают возможные технические нюансы для того, чтобы быстро создать общий, понятный всем сторонам контекст, быть на одной волне в проекте
20. Термин "реклама" происходит от латинского слова "reclamare", что означает:
- а) рассказывать
 - б) выкрикивать- верно
 - в) учить
 - г) предлагать

Рубежный контроль МДК 02.02.

1. Какой из параметров нельзя выбрать при создании нового изображения?
 - а) длина- верно
 - б) ширина
 - в) режим
2. Как добавить новые палитры на рабочий стол программы?
 - а) с помощью вкладки «просмотр»- верно
 - б) с помощью вкладки «окно»
 - в) с помощью вкладки «слои»
3. С помощью какого инструмента или команды осуществляется обрезка изображений?
 - а) инверсия
 - б) кадрирование- верно
 - в) перемещение
4. Для чего в Photoshop применяются фильтры?
 - а) для нанесения художественных эффектов- верно
 - б) для улучшения яркости
 - в) для улучшения контрастности
5. Какой инструмент позволяет сделать многоугольное выделение?
 - а) магнитное лассо
 - б) волшебная палочка
 - в) прямоугольное лассо- верно
6. Бизнес-план - это...
 - а) документ, содержащий план постановки и развития проекта, в нём сформулированы основные цели, стратегия, предмет, направление деятельности и т.д.- верно
 - б) исследование технологии, технологических процессов и методов организации производства, и сбыта продукции на лучших предприятиях партнёров, и конкурентов в целях повышения эффективности собственной фирмы
 - в) процесс выявления основных конкурентов, оценка их целей, стратегий, сильных и слабых сторон и спектра вероятных ответных действий, а также выбор конкурентов, которых следует атаковать либо избегать
 - г) документ, который содержит подробную информацию, необходимую для размещения рекламы. Он помогает планировать рекламные кампании, отслеживать их эффективность, прогнозировать результаты и вовремя вносить корректировки
7. Джингл - это...
 - а) музыкальный куплет (песенка), используемый в качестве рекламы- верно
 - б) заказная платная статья с прямой или косвенной рекламой
 - в) фирма, скупающая отдельные крупные партии товаров для быстрой перепродажи
 - г) всплывающий баннер

8. Прайм-тайм - это...

а) краткое и аргументированное изложение позиции организации по какому-либо вопросу или доказательство своей правоты в какой-то ситуации

б) формулирование комплекса маркетинга, имеющего избирательную привлекательность для выбранных сегментов и определение места марки товара в сознании потребителей

в) время наибольшего охвата аудитории теле- или радиоканалов- верно

г) предсказание чистого дохода, связанного со всеми будущими отношениями с клиентом

9. Что такое "стилизация"?

а) это намеренная имитация или придание произведению черт какого-либо устоявшегося стиля- верно

б) это облегчённая в определённую художественную форму информационная суть рекламного обращения

в) образ жизни, постоянное непрекращающееся творчество, как у людей, потребляющих товар или услугу, так и у людей, создающих творческие идеи

г) мысленное отвлечение, обособление от тех или иных сторон, свойств или связей предметов и явлений для выделения существенных их признаков

10. Какие выделяют два основных типа цветов:

а) ахроматические и хроматические- верно

б) радужные и нерадужные

в) природные и синтаксичные

г) главные и неглавные

11. Что такое "контраст"?

а) это гармония цветов, примерно в одной гамме

б) ярко выраженная противоположность- верно

в) это сочетание чёрного и цветного

г) сочетание тёплых и холодных цветов

12. Какие пропорции цвета считаются наиболее удачными для использования?

а) 30*30*40

б) 10*10*80

в) 60*10*30- верно

г) 50*40*10

13. Оптимальный визуальный эффект восприятия достигается, если текст рекламы состоит из:

а) 2-4 предложений- верно

б) 10-12 предложений

в) до 20 предложений

г) эффект не зависит от количества предложений

14. Официальный шрифт для документации:

а) Calibri

б) Times New Roman- верно

в) Academy

г) Arial

15. В какой стадии жизненного цикла товара, цель рекламы — напомнить об известной марке?

а) в стадии зрелости- верно

б) в стадии внедрения

г) в стадии роста

д) в любой стадии

16. Изобразительный элемент рекламы:

а) заголовок

- б) цвет- верно
 - в) идея
 - г) уникальное торговое предложение (УТП)
17. Что такое "баннерная слепота"?
- а) понижение светочувствительности баннера в связи с долгим сроком эксплуатации
 - б) явление, при котором посетители сайта игнорируют баннеры и другие элементы рекламного характера- верно
 - в) рыночная горячка, обусловленная резкими изменениями конъюнктуры, спроса и предложения, цен товаров, курса ценных бумаг или валютного курса
 - г) одна из психических функций, сложный процесс приёма и преобразования сенсорной информации, формирующий субъективный целостный образ объекта
18. Что чаще всего использует дизайнер при выборе цвета?
- а) цветовой круг- верно
 - б) цветовой квадрат
 - в) цветовой параллелепипед
 - г) цветовая прямая
19. Кто такой "потребитель рекламы"?
- а) рекламные носители, которые играют важную роль связующего звена между рекламодателями и потенциальными покупателями
 - б) реклама, как часть повседневной общедоступной культуры
 - в) объект воздействия рекламы- верно
 - г) рынокообразующий субъект рынка рекламы, создающий предложение на рекламные услуги и оказывающий их по заказу рекламодателей
20. На кого рассчитана профессиональная реклама?
- а) на совершеннолетнюю аудиторию
 - б) на врачей, учителей, фермеров- верно
 - в) на молодых родителей
 - г) на жителей определённого города

Рубежный контроль МДК 02.03.

1. Ручная настройка баланса белого осуществляется по бумажному листу какого цвета?
- а) по белому листу- верно
 - б) черного
 - в) по листу того цвета, который преобладает в световом потоке
2. Какой цвет отсутствует в световом потоке лампы накаливания?
- а) голубой- верно
 - б) красный
 - в) зеленый
3. В какое время летнего дня цветовой баланс естественного освещения соответствует установке баланса белого "солнце"?
- а) с 6, до 18 часов
 - б) с 9 часов и до захода солнца- верно
 - в) с 8, до 22 часов
4. Как следует располагать лист перед объективом при ручном сведении баланса белого?
- а) неважно, главное, чтобы лист бумаги был в кадре
 - б) чтобы в границах кадра был только освещенный лист- верно
 - в) чтобы в кадр поместился лист и окружающее его пространство
5. Можно ли использовать при съемках портретов лампы накаливания?
- а) можно, без особых проблем
 - б) нет, это исключено

- в) можно при правильной установке баланса белого- верно
6. К какому параметру разделения целевой аудитории относятся такие характеристики, как возраст, пол, национальность, вероисповедание?
- а) психографическому
 б) географическому
 в) демографическому- верно
 г) психофизическому
7. Прямая реклама какого товара запрещена на территории России?
- а) алкоголь- верно
 б) лекарства
 в) БАДы
 г) детское питание
8. Как называется малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом?
- а) плакат
 б) проспект
 в) листовка- верно
 г) газета
9. Образ, применяющийся в рекламе детских товаров...
- а) старше тех, на кого рассчитан товар- верно
 б) младше тех, на кого рассчитан товар
 в) ровесник того, на кого рассчитан товар
 г) может быть любым
10. Пример нейминга, как МТ (Мир Техники), ВДВ (Всё для ванной) - это...
- а) символизм
 б) сюжет
 в) аббревиатура- верно
 г) заимствование из иностранных языков
10. К внутренней (Indoor-реклама) относится:
- а) реклама в местах продаж (торговых точках), аэропортах и вокзалах, в кинотеатрах, бизнес-центрах, подъездах, лифтах, местах развлечений и спорта, образовательных и медицинских учреждениях и т.п.- верно
 б) реклама на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях
 в) реклама на транспорте, на общественном транспорте, на частных автомобилях, в метро
 г) это текстовая, графическая, либо иная визуальная информация рекламного характера, которая размещается на специальных стационарных или временных конструкциях, расположенных на открытой местности, внешних поверхностях зданий и сооружений
11. Джинса- это...
- а) реклама в блоках
 б) рекламное мероприятие
 в) любая скрытая реклама- верно
 г) социальная реклама
12. Календарик, ручка, блокнот с логотипом компании относится к:
- а) сувенирной рекламной продукции- верно
 б) полиграфии
 в) наружной рекламе
 г) event-рекламе
13. Какой документ должна иметь каждая рекламная вывеска?
- а) полис

- б) паспорт- верно
 - в) инн
 - г) диплом
14. Что означает понятие "сторона А" в рекламном щите?
- а) изображение против хода движения
 - б) изображение по ходу движения- верно
 - в) обращена к той части территории, где её могут видеть потенциальные клиенты
 - г) обращена к той части территории, где её не могут видеть потенциальные клиенты
15. Как называется стандартный рекламный щит 3 на 6 метра?
- а) билборд- верно
 - б) пиллар
 - в) ситиборд
 - г) штендер
16. Главные требования к наружной рекламе:
- а) максимум информации, подробное описание товара, услуги
 - б) вычурные шрифты, разнообразие цветов и оттенков
 - в) простота шрифта, изображения, минимум информации- верно
 - г) отсутствие шрифта, информация подаётся в виде картинок
17. Брендинг частного транспорта - это...
- + размещение рекламы на автомобилях- верно
 - размещение рекламы в метро
 - размещение рекламы на автобусах
 - размещение рекламы в магазинах, торговых центрах
18. Вид уличной рекламы, длинная тканевая полоса, растягиваемая на тросах над проезжей частью - это...
- а) перетяжка- верно
 - б) вывеска
 - в) рекламный щит
 - г) билборд
19. Перетяжка изготавливается из:
- а) из тканевого материала- верно
 - б) из металлического материала
 - в) из дерева
 - г) из пластика
20. Стикер- это...
- а) рекламная наклейка- верно
 - б) разновидность визитки
 - в) растяжка между зданиями
 - г) анимационная картинка в интернете

Рубежный контроль МДК 02.04.

1. Чем отличаются файл с расширениями jpg и jpeg?
- а) первый сжат с большим коэффициентом компрессии
 - б) ничем- верно
 - в) второй более компактен
2. В каком типе графики для построения изображения используются примитивы геометрических фигур?
- а) в графике примитивного типа
 - б) в графике векторного типа- верно
 - в) в растровой графике

3. Каково предназначение программы Adobe Photoshop Album Starter Edition?
- а) бесплатный катализатор графики- верно
 - б) это упрощенный вариант Adobe Photoshop для фотолюбителей
 - в) это программа запуска графического редактора Adobe Photoshop
4. В чем смысл оснащения компьютера двумя физическими жесткими дисками с точки зрения обработки сложной графики?
- а) в распараллеливании потоков- верно
 - б) в увеличении быстродействия дисковой системы
 - в) только такая система может называться "винчестером"
5. Что такое фильтры Adobe Photoshop?
- а) светофильтры, сертифицированные компанией Adobe
 - б) программы для обработки графических файлов
 - в) программные дополнения к программе- верно
6. Лицо, которое принимает окончательное решение по возможности или невозможности размещения наружной рекламы в городе - это...
- а) мэр города
 - б) архитектор- верно
 - в) инспектор
 - г) рекламодатель
7. Какое название также носят световые короба?
- а) баннер
 - б) лайтбокс- верно
 - в) скетчбокс
 - г) свитбокс
8. Какой товар впервые был продемонстрирован на щитовой рекламе в США?
- а) шоколад
 - б) автомобиль
 - в) пена для бритья- верно
 - г) марки
9. "Бренд" в переводе с латинского означает:
- а) клеймо- верно
 - б) знак
 - в) удача
 - г) успех
10. Рисованный типаж или образ, олицетворяющий рекламный символ компании и отражающий суть её миссии - это...
- а) логотип
 - б) фирменный герой- верно
 - в) бренд
 - г) прототип
11. Основными носителями фирменного стиля являются:
- а) элементы делопроизводства
 - б) сувенирная реклама- верно
 - в) элементы бухгалтерской отчетности
 - г) элемент вторичной продажи
12. Девиз компании - это...
- а) текст отражающий смысл рекламной компании
 - б) фраза в стихотворной форме для компании
 - в) легко запоминающаяся фраза, передающая принципы и/или стратегию компании- верно

- г) рекламная песня, ротирующаяся на радио
13. Продаваемый во всём мире при сохранении целостности и единства бренд (т.е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется:
- местным брендом
 - глобальным брендом- верно
 - популярным брендом
 - федеральным брендом
14. Домен – это...
- часть адреса, определяющая адрес компьютера пользователя в сети- верно
 - название программы для осуществления связи между компьютерами
 - единица измерения информации
 - стартовая страница любого продающего сайта
15. Трафик – это...
- название сетевого протокола
 - объём переданной информации по сети- верно
 - устройство, подключающее компьютер к сети
 - жёсткий диск, встроенный в компьютер
16. Укажите устройство для подключения компьютера к сети интернет:
- сканер
 - монитор
 - мышь
 - роутер- верно
17. Провайдер – это...
- компьютер, предоставляющий транзитную связь по сети
 - фирма, предоставляющая сетевые услуги- верно
 - специалист по компьютерным сетям
 - объём переданной информации по сети
18. Гипертекст – это...
- текст, введённый с клавиатуры в память компьютера
 - структурированный текст, в котором могут осуществляться переходы по выделенным ссылкам- верно
 - текст, в котором используется очень сложный шифр
 - текст, написанный крупным шрифтом
19. Как называется сервис контекстной рекламы Google?
- AdWords- верно
 - Amazon
 - Ozon
 - Russia
20. Несмотря на множество определений маркетинга в них есть нечто общее, а именно:
- приоритет потребителя- верно
 - приоритет производителя
 - приоритет ситуации на рынке
 - приоритет заказчика рекламы

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале
Курс 3**

- Офсетная печать
- Стандартные виды продукции.

3. Формат. Красочность.
4. Бумага. Тираж.
5. Нестандартные виды продукции.
6. Допечатная подготовка.
7. Основопологающие моменты при составлении плана рекламной кампании
8. Стратегия средств массовой информации
9. Текст на узнавание товара
10. Пробное тестирование
11. Воздействие рекламы на продажу товаров
12. Общественная классификационная группа средств товарной информации
13. Бюджет рекламы
14. Методы формирования рекламного бюджета
15. Комплексный анализ выполнения поставленных задач
16. Типы сценариев рекламных роликов
17. Репутация, имидж товара как высшая форма торговой марки
18. Методы определения рекламного бюджета
19. Особенности разработки телевизионной рекламы.
20. Требования к графическим макетам.
21. Особенности разработки рекламы в прессе.
22. Верстка, сканирование, цветокоррекция макета.
23. Особенности разработки радио-рекламы.
24. Требования к макетам при печати книг, брошюр, методичек (методических пособий).
25. Особенности разработки наружной рекламы.
26. Требования к макетам для широкоформатной печати.
27. Особенности разработки интернет-рекламы.
28. Верстка, сканирование макета.
29. Роль персонажей в эмоциональной рекламе
30. Цветокоррекция макета.

Практические задания:

1. Разработать макет визитки
2. Разработать макет бейджа
3. Разработать макет календаря
4. Разработать макет этикетки
5. Разработать макет сувенирной продукции

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале
Курс 4**

1. История печатного объявления
2. Потребительская реклама
3. Бегущая строка
4. Баннерная реклама
5. Предмет рекламного воздействия
6. Рекламопроизводитель
7. Контроль рекламной деятельности
8. Работа с подрядчиками
9. Определение эффективности расходования средств на рекламу
10. Оптимальный визуальный эффект восприятия

11. Стадии жизненного цикла товара
12. Цветовой круг
13. Потребитель рекламы
14. Прямая реклама
15. Определения маркетинга
16. Основные задачи рекламного агентства
17. Уникальное торговое предложение
18. Местная или локальная реклама
19. АИДА
20. «Moodboard» (мудборд)
21. Граффити
22. Персонально ориентированные маркетинговые коммуникации
23. Логотип
24. Сувенирная рекламная продукция
25. Полиграфия
26. Наружная реклама
27. Основные носители фирменного стиля
28. Дизайн контекстной рекламы
29. Позиционирование рекламируемого продукта
30. Текстовые решения

Практические задания:

1. Разработать макет светового короба
2. Разработать макет неоновой рекламы
3. Разработать макет информационного стенда
4. Разработать макет щитовой рекламы
5. Разработать макет транспортной рекламы

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа
Курс 3**

1. Графические редакторы
2. Векторная графика
3. Вывод графической информации в персональном компьютере
4. Операции, выполняемые над графическими изображениями
5. Инструментарий графических редакторов
6. Деформация изображения при изменении размера рисунка
7. CorelDRAW
8. Adobe Fotoshop
9. Paint
10. Палитра в графическом редакторе
11. Цветовая модель RGB
12. Растровые графические редакторы
13. Видеопамять
14. Видеоадаптеры
15. Методы НЛП в рекламе
16. Использование в рекламе мотивов
17. Значение цвета в рекламе
18. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов

19. Создание брэндов.
20. Психологические механизмы воздействия рекламы.
21. Основные принципы построения рекламного обращения.
22. Объекты используемые в графических редакторах
23. Основные операции, возможные в графических редакторах
24. Редактирование вида и начертания шрифта
25. Работа с графическими изображениями
26. Создание графического образа текста
27. Построение диаграмм
28. Единицы измерения графических редакторов является
29. Группировка, объединение, слияние
30. Палитра цветов

Практические задания:

1. Дизайн и оформление печатной рекламы для сети салонов красоты
2. Разработка дизайн-проекта выставочного стенда как инструмента рекламы для медицинского центра
3. Разработка серии рекламных изобразительно-шрифтовых плакатов на социальную тематику
4. Разработка фирменного стиля для парфюмерной компании
5. Разработка корпоративного имиджа для медицинского центр

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа
Курс 4**

1. Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта
2. Интерфейс программы AdobeFlash, основные команды и панели
3. Установки проекта ролика
4. Покадровая анимация
5. Анимация движения простая
6. Анимация движения по траектории.
7. Изменение размеров в движении
8. Анимация формы
9. Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы
10. Управление роликом
11. Создание интерактивного диалога между роликом и пользователем
12. Создание интерактивных кнопок
13. Язык ActionScript
14. Создание меню-просмотра изображений в редакторе AdobeFlash
15. Сценарий рекламного анимационного ролика
16. Построение анимации
17. Работа со слоями
18. Прорисовка рекламных объектов, героев
19. Эффекты анимации
20. Экспорт ролика
21. Форматы интернет – рекламы
22. Создание рекламной Web-страницы

23. Анализ известных рекламных Web-страниц
24. Создание анимированных интернет-заставок в качестве рекламы
25. Создание бегущих строк в качестве рекламы
26. Создание анимированных изображений в качестве рекламы
27. Создание анимированных фотографий в качестве рекламы
28. Создание геометрических примитивов в графическом редакторе AdobeFlash
29. Создание сложных объектов в графическом редакторе AdobeFlash.
30. Создание покадровой анимации в графическом редакторе AdobeFlash

Практические задания:

1. Создание анимации в движении в графическом редакторе AdobeFlash.
2. Создание анимации формы в графическом редакторе AdobeFlash
3. Создание интерактивных кнопок управления
4. Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением
5. Создание структуры рекламного анимационного ролика в графическом редакторе AdobeFlash.

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.02.03. Проектная компьютерная графика и мультимедиа
Курс 3**

1. Классификация фотокамер, их характеристики, область применения
2. Аксессуары к фотокамере
3. Объективы, классификация объективов, область применения
4. Эксплуатация фотооборудования
5. Студийный свет
6. Диафрагма и выдержка
7. Баланс белого
8. Установка светосилы
9. ISO – чувствительность
10. Режимы творческой и базовой зоны
11. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки
12. Фотосъемка в режиме приоритета диафрагмы
13. Фотосъемка в ручном режиме предметов
14. Использование вспышки
15. Фотосъемка предметов, объектов в студии
16. Натурная фотосъемка
17. Постановочная фотография
18. Репортажная фотография
19. Рекламная фотография на продажу.
20. Изменение размера фотографии без потери качества
21. Основные приемы редактирования фотографий
22. Изменение цветовых настроек фотографии
23. Изменение цветовых настроек в дуплекс-режиме
24. Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной продукции.
25. Обработка фотографий под рекламную продукцию
26. Рекомендации по уходу за фотооборудованием
27. Алгоритмы работы творческой зоны
28. Анализ известных рекламных фотографий, отечественных и зарубежных фотографов
29. Фотокомпозиция
30. Наложение текста на фотографию

Практические задания:

1. Создание рекламного плаката с моделью
2. Создание рекламного плаката с объектом
3. Создание рекламного плаката - социальная реклама
4. Создание рекламной концертной афиши
5. Создание обложки журнала

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.02.03. Проектная компьютерная графика и мультимедиа
Курс 4**

1. Композиция кадра
2. Композиция с фирменным названием организации
3. Фото для каталога
4. Фото для плаката
5. Световой поток
6. Шумы в фотосъемке
7. Портретная тарелка
8. Устранение мелких дефектов модели
9. Контекст фотосъемки
10. Ахроматические и хроматические цвета
11. Визуальные эффекты восприятия
12. Параметры экспозиции
13. Виды объективов
14. Брекетинг
15. Дисторсия
16. Режимы съемки
17. Лукбук
18. Хромакей
19. Дискретные значения яркости
20. Фильтры
21. Законы распространения света
22. Виды расширения файла
23. Виды цветных моделей
24. Особенности работы с моделью
25. Принципы цветового решения в рекламной фотографии.
26. Техническое оснащение как составляющая успеха рекламного фотографа.
27. Безупречная техника съемки - залог удачного рекламного снимка
28. Цифровые фотокамеры: от возникновения до современности
29. Понятие рекламной фотографии.
30. История развития рекламной фотографии

Практические задания

1. Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop
2. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии.
3. Перевод цветной фотографии в черно-белое изображение
4. Создание художественной рамки для фотографии
5. Наложение эффектов и фильтров на фотографию

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК. 02.04. Техника и технологии рекламного видео**

1. Видеооборудование, классификация видеокамер
2. Область применения профессиональных видеокамер
3. Уход и хранение видеооборудования
4. Объективы к видеокамерам
5. Средства ухода за видеоаппаратурой
6. Построение сценарной заявки
7. Видеоредакторы
8. Разработка идеи сценария
9. Аксессуары к видеокамере
10. Постановка цели и задачи видеоролика
11. Разработка идеи сценария
12. Создание образов героев
13. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию.
14. Видеосъемка рекламного ролика
15. Основные приемы видеосъемки
16. Технологии видеосъемки общего плана, крупного плана
17. Технологии видеосъемки диалога героев
18. Технологии видеосъемки героев в движении
19. Современные видео-редакторы, их возможности и область применения
20. Форматы видео – файлов
21. Монтаж видеоролика
22. Интерфейс видео-редактора
23. Импортное видео – файлов
24. Основные принципы монтажа
25. Микширование звука
26. Формат кадра ролика
27. Скорость кадров в ролике
28. Масштабирование, прозрачность, наложение эффектов на кадры
29. Создание титров в видеоредакторе
30. визуализация проекта

Практические задания

1. Импортное видео-файлов в видео-редактор
2. Монтирование видеоролика
3. Создание эффектов в видеоролике
4. Создание титров в ролике
5. Рендеринг проекта ролика

Требования к курсовой работе как части экзамена квалификационного

Выполнение курсовой работы по **МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале** способствует формированию профессиональных компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 031601«Реклама», утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510,

Целью выполнения курсовой работы является более глубокое овладение знаниями в конкретной области, формирование навыков научно - исследовательской и практической деятельности. При выполнении курсовой работы студент приобретает опыт самостоятельного анализа теоретического материала и умение увязывать его с практикой.

Курсовая работа поможет самостоятельно изучить материал, излагаемый в учебной и научно-практической литературе, выработать навыки правильного и четкого изложения содержания и анализа проработанного материала, приобрести навыки научно-исследовательской и практической деятельности.

Задачи, которые должен решить студент при выполнении курсовой работы:

- обосновать актуальность рассматриваемой проблемы;
- подобрать, изучить и проанализировать литературу по теме;
- определить предмет и объект исследования;
- провести исследование, проанализировать полученные данные и дать их интерпретацию;
- разработать варианты решения поставленной проблемы;
- самостоятельно анализировать заданные темой проблемы рекламы и маркетинга;
- закрепить полученные теоретические знания;
- закрепить методы художественного оформления рекламного продукта, приемы художественного дизайна и редактирования;
- изучить основные подходы к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта;
- применить методики тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам;
- изучить сущность и особенности творческого рекламного продукта;
- изучить особенности разработки творческого рекламного продукта в зависимости от различных аспектов (специфика товара, потребительской аудитории, средств распространения рекламы и др.).

Структура курсовой работы определяется индивидуальной целью исследования, выбранным объектом исследования и конкретной темой работы. Структура работы считается обоснованной в том случае, если в ее рамках логически возможно достигнуть полного раскрытия выбранной темы.

При относительно свободном выборе структуры курсовой работы в ее состав в обязательном порядке должны быть включены следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованной литературы и источников информации;
- приложение.

Допускается и поощряется использование дополнительной информации в виде последнего структурного раздела – приложений (таблицы, графики, фотографии, образцы форм документов и т. п.). Приводимые приложения должны соответствовать теме курсовой работы.

Содержание

Содержание отражает, по существу, план работы. В содержании последовательно указываются названия глав (разделов), параграфов или пунктов, их расположение по страницам. Каждая рубрика содержания должна точно соответствовать рубрике в тексте.

Все структурные части курсовой работы должны быть указаны в содержании.

Помещать содержание необходимо в начале работы, так как это дает возможность рецензенту–преподавателю междисциплинарного курса сразу представить основное направление исследования.

Введение

Во введении представляется обоснование (что это за проблема и зачем ее следует исследовать), а также раскрытие всего научного аппарата. Оно включает следующие составляющие курсовой работы:

- актуальность темы курсовой работы;
- разработанность исследуемой темы; - научная проблема; - объект и предмет; - цель; - основные задачи; - методы (способы) решения основных задач; - элементы новизны; - научная и практическая значимость исследуемой проблемы; - структура курсовой работы; - положения, выносимые на защиту. Актуальность темы – это определение существа важности исследуемой проблемы. Оно включает в себя следующее: аргументацию необходимости изучения данной темы с позиции теории или практики; раскрывается степень изученности проблемы и отражение ее в специальной литературе; обосновывается тема и раскрывается потребность в ее специальном исследовании и пр. Здесь же раскрывается состояние разработанности выбранной темы, то есть дается краткий обзор литературы по теме. В процессе анализа состояния исследованности темы студент приходит к формулированию основного противоречия. Сущность такого противоречия вытекает из выявления серьезного несоответствия, несогласованности между какими-либо противоположностями внутри единого объекта. Основное противоречие, в частности, может показывать несоответствие состояния определенной проблемы и уровня ее решения и т.д. Выявление основного противоречия позволяет определить научную проблему курсовой работы. Научная проблема характеризует, что именно хочет автор разрешить в процессе исследования. Она выражается в виде вопроса, например: в чем сущность, содержание и условия оптимального развития какого-либо процесса; каковы пути, обеспечивающие наиболее полное решение определенной проблемы и т.д. Сформулировав научную проблему, следует определить границы исследовательской деятельности (объект) и содержания (предмет) курсовой работы. Объект курсовой работы – эта та часть практики или научного знания, с которой исследователь имеет дело. Он представляет собою процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, которая будет исследоваться. Предмет дипломной работы – это та сторона, тот аспект, та точка зрения, «проекция», с которой исследователь познает целостный объект, выделяя при этом главные, наиболее существенные (с точки зрения исследователя) признаки объекта. Предмет курсовой работы чаще всего либо совпадает с ее темой, либо они очень близки по звучанию. Цель курсовой работы – это то, чего хочет достичь автор курсового проекта своей исследовательской деятельностью. Она характеризует основной замысел студента при ее разработке. Основные задачи курсовой работы. На основе цели определяются основные задачи, которые требуется решить (и подтвердить выдвинутое предположение) в процессе ее достижения. Задачи формулируются в виде перечисления: - изучить..., - описать..., - уточнить и дополнить понимание..., - выявить..., - систематизировать..., - разработать... и т.д. Методы (способы) решения основных задач. Во введении предполагается определение основных методов, которые использованы при проведении исследовательской работы, и базы, на которой изучались те или иные явления, проверялись наработки, методики, осуществлялась экспериментальная работа и пр. Другими словами, автор показывает ту практическую сферу, где преимущественно проводилось исследование, и тот инструментарий, посредством которого он обеспечил решение основных задач, достижение цели курсовой работы. В качестве основных методов, которые активно используются в

процессе подготовки курсовой работы, являются: наблюдение, беседы, опросы, тесты, изучение документов, изучение литературы, экспериментальная работа и др. Изложенное можно представить в виде логической схемы последовательности разработки и изложения основного научного аппарата курсовой работы: Элементы новизны. В этом подразделе введения отмечается, что нового по сравнению с уже известным в теории и практике удалось достичь автору в процессе его исследовательской деятельности. Научная и практическая значимость исследуемой проблемы. Автор показывает, какое значение могут иметь те результаты, которые им получены в ходе исследования, и где они, возможно, получат применение или уже используются на практике. Структура курсовой работы – содержание основных частей работы. Положения, выносимые на защиту, – это основные результаты, полученные студентом в процессе исследования, которые он готов отстаивать. К ним, как правило, относятся теоретические положения, обобщающие сведения, выводы, практические рекомендации. Каждый тезис включает выводное положение и его краткое, обобщающее содержание. В курсовой работе может быть три-четыре таких положения.

Основная часть

По содержанию курсовая работа строится в определенной последовательности: сначала в первой главе дается общая характеристика и анализ проблемы, затем обосновывается теоретическая позиция автора и подходы к ее решению, во второй главе рассматриваются практические аспекты реализации рекламного проекта. Теоретическая часть включает изложение вопроса, а также всесторонний и систематизированный анализ научной литературы по избранной теме. Главу следует разбить на подразделы (параграфы), которых должно быть не менее двух. В работе можно сопоставить точки зрения разных авторов и высказать свою точку зрения. Это свидетельствует о серьезном творческом подходе к изучаемой проблеме. Теоретический материал следует подкреплять практическими примерами. При написании текста следует делать ссылки на авторов тех работ, материал которых цитируется. Все таблицы (рисунки, графики, диаграммы, схемы и прочий иллюстративный материал) в работе нумеруются арабскими цифрами (используется сквозная нумерация, если иллюстративного материала мало, и нумерация в пределах раздела, если иллюстрированного материала много). На них должны быть ссылки в тексте, все они должны иметь ссылки на источники и сопровождаться анализом. Теоретическая часть может включать 2-3 раздела. 5. Практическая часть. В практической части рассматривается и анализируется практическая ситуация на примере конкретного предприятия, организации, объединения, компании, отрасли, рынка товаров (услуг). Практическая ситуация может быть из периодической печати, специальных журналов, практики деятельности конкретных предприятий. Следует привести и проанализировать примеры использования теоретического материала в конкретной деятельности предприятия или организации. При этом желательно высказать свою точку зрения и сделать конкретные предложения по совершенствованию деятельности рассматриваемых организаций, и решению поставленных в курсовой работе задач. Предложения автора могут носить теоретический, методологический или практический характер. Основным пунктом практического раздела является поэтапное описание этапов разработки креативной идеи, а также технико-технологической реализации рекламного продукта. При написании теоретической и практической части курсовой работы следует особенно обратить внимание на следующее: - необходимость использования научного стиля изложения и соответствующих языковых клише. Не допускается использование публицистического и официально-делового стиля. Данный факт находит отражение, прежде всего в том, что стиль изложения должен носить характер доказательности, убедительности, как следствие проведенного исследования. Не допускается использование фраз «Я думаю», «Проведенное мною исследование» и пр.; - необходимость соблюдения требования логичности и последовательности изложения.

Каждая глава и параграф должны иметь вводную часть - несколько предложений, вводящих в замысел раздела; последовательное раскрытие содержания от общего к частному; вывод - обобщающую мысль изложенного; переход к следующей главе (параграфу).

Заключение

Заключение должно содержать краткие выводы и рекомендации по результатам проведенной работы, отвечать на вопросы, поставленные во введении.

Рекомендуемый объем заключения одна - три страницы.

Приложения

В приложения выносятся материалы, которые имеют большой объем, вследствие чего включение их в текст работы нецелесообразно, либо содержат информацию, не имеющую принципиального значения, но могут использоваться для комментария к отдельным положениям работы.

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть ссылки.

Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Левкина, А. В. Фотодело: Учебное пособие / Левкина А. В. - Москва: Альфа - М, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 319 с. - (ПРОФИЛЬ) ISBN 978-5-98281-319-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/809827>
2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1062379> (дата обращения: 18.02.2019). — Режим доступа: по подписке.
3. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн: учебное пособие / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А.В. Шнякин; под ред. Л. Г. Гагариной. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815964>
4. Основы рекламы: учебное пособие: [для студентов СПО, обучающихся по специальности Реклама] / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва: ИНФРА-М, 2018. — 405 с.
5. Павлов И. В. Техника и технологии рекламного видео: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / И. В. Павлов. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 288 с.
6. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учебное пособие / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2018. — 157 с.
7. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное пособие для студентов СПО по направлению 030600 - журналистика (профиль "Реклама и публич- релейшнз")] / Е. В. Маслова, Е. Ю. Красова, М. Е. Новичихина и др. ; под ред. В. В. Тулупова]; Воронеж. гос. ун-т. - Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2018. - 370 с., [8] л. ил.: табл., ил.
8. Сухов В. Д. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта: учебник для использования в учебном процессе образовательных учреждений,

реализующих программы среднего профессионального образования по специальности "Реклама" / В. Д. Сухов. - Москва: Академия, 2018. – 266 с.

Дополнительные источники:

1. Марочкина С. С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности «Реклама» / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л. М. Дмитриевой. -М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2018. -239с.- (Серия «Азбука рекламы»). -ISBN978-5- 238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>

2. Ткаченко Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности «Реклама» / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. —М.: ЮНИТИ-ДАНА,2018.—335с.—(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN978-5-238-01568-2. -Текст: электронный.-URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>

3. Чехов А. П. Реклама [Электронный ресурс] / А. П. Чехов. - Москва: Инфра - М, 2018. - 2 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/518474>

Интернет-ресурсы:

1. Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

2. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL: <http://www.lib.vsu.ru>.<http://www.shutterstock.com/video>

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В КОС
ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППССЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	КОС	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.02 Производство рекламной продукции ЛР 7,11,13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	