

Компонент ОПОП 54.03.01 Дизайн. Направленность (профиль) Дизайн среды и интерьера

наименование ОПОП

**Б1.О.29**

шифр дисциплины

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины  
(модуля)

Полиграфический дизайн и реклама

Разработчик:  
Филимонова В.В.,  
доцент каф. ИиД

Утверждено на заседании кафедры  
искусств и дизайна  
протокол №7 от 29.03.2024

Заведующий кафедрой искусств и дизайна



Терещенко Е.Ю.

подпись

## 1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
<b>ОПК-4</b> Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна ИД-2 <sub>ОПК-4</sub> Применяет линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики ИД-3 <sub>ОПК-4</sub> Демонстрирует способность проектировать, моделировать,	ИД-1 <sub>ОПК-4</sub> Создает коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна ИД-2 <sub>ОПК-4</sub> Применяет линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики ИД-3 <sub>ОПК-4</sub> Демонстрирует способность проектировать, моделировать,	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные термины типографики (шрифт, кегль, начертание, интерлиньяж, пуансон, отбивка, втяжка, выключка);</li> <li>– понятия: макетирование, верстка, оригинал макет, спуск полос;</li> <li>– понятие и составляющие процессов макетирования и верстки публикации;</li> <li>– информационные и коммуникационные технологии поиска, хранения, обработки и информации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять макетирование и верстку публикации в программах векторной компьютерной графики;</li> <li>– представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий;</li> <li>– создавать творческий бриф;</li> <li>– планировать проведение рекламной кампании;</li> <li>– разрабатывать фирменный стиль компании;</li> <li>– создавать и редактировать изображение, создавать макет</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками управления цветом при подготовке публикации к печати</li> <li>– опытом работы с информационными технологиями в профессиональной деятельности</li> <li>– навыками проектирования и компьютерной обработки цифровой фотографии</li> <li>– подготовки оригинал-макета к печати;</li> <li>– проведения стадии исследования в подготовке рекламного продукта;</li> <li>– создания фирменного стиля и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комплект заданий для выполнения практических работ;</li> <li>- тестовые задания;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Экзаменационные билеты</li> <li>Результаты текущего контроля</li> </ul>

<p>современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.</p>	<p>конструировать предметы, товары, промышленные образцы</p>	<p>;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие, виды и функции рекламы;</li> <li>– этапы подготовки и проведения рекламной кампании;</li> </ul>	<p>в программах векторной графики Adobe Illustrator, Corel Draw;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять обработку фотографии, создавать изображения, компьютерный коллаж, рекламу в программе растровой графики Adobe Photoshop.</li> </ul>	<p>полиграфическо го рекламного комплекса</p>		
<p><b>ОПК-5</b> Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях.</p>	<p>ИД-1<sub>ОПК-5</sub> Проявляет знания о специфике организации мероприятий в сфере дизайна ИД-2<sub>ОПК-5</sub> Владеет методами организации конкурсов, фестивалей, выставок ИД-3<sub>ОПК-5</sub> Демонстрирует навыки подготовки творческих мероприятий</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– этапы разработки рекламного продукта;</li> <li>– понятие рекламных идентификаторов, фирменного стиля;</li> <li>– компоненты фирменного стиля и требования к ним;</li> <li>– этапы проектирования полиграфической продукции;</li> <li>– понятие и составляющие процессов макетирования и верстки публикации;</li> <li>– виды технологий печати и после печатной</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– .</li> </ul>			

		обработки публикации; – понятие полиграфия, виды типографского оборудования.				
--	--	---	--	--	--	--

## 2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
<b>Полнота знаний</b>	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
<b>Наличие умений</b>	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.
<b>Наличие навыков (владение опытом)</b>	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
<b>Характеристика сформированности компетенции</b>	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач.

### 3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

#### 3.1 Критерии и шкала оценивания лабораторных/практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
<i>Удовлетворительно</i>	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
<i>Неудовлетворительно</i>	Задание не выполнено.

#### 3.2 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовой вариант тестового задания:

##### Типовое тестовое задание

#### 5.1 Тест

##### 1. Важной характеристикой рекламы является ...

- А) прямая коммуникация;
- Б) коммуникация от имени неизвестного спонсора;
- В) неоплаченная коммуникация;
- Г) распространение информации о чем-либо или о ком-либо (товаре, услуге, фирме, лице).

##### 2. Средство маркетинга, индивидуально обращенное и нацеленное на порождение ответного действия называется ...

- А) стимулирование продаж;
- Б) связи с общественностью;
- В) прямой маркетинг;
- Г) реклама.

##### 3. Функция рекламы, заключающаяся в повышении спроса и стимулировании товарооборота, называется:

- а) брендообразующая;
- б) социальная;
- в) экономическая;

г) идеологическая.

**4. Увеличение числа рабочих мест или сохранение уже существующих является ... функцией рекламы**

- А) социальной;
- Б) экономической;
- В) коммуникативной;
- В) идеологической.

**5. В схеме проведения рекламной кампании стадия исследования включает следующий этап:**

- А) анализ свойств товара;
- Б) позиционирование;
- В) выявление уникального торгового предложения;
- Г) выбор рекламоносителя.

**6. Нахождение однородной группы потребителей, которые одинаково понимают назначение и выгоду от использования товара, называют ...**

- А) сегментирование;
- Б) позиционирование;
- В) мотивирование;
- Г) стимулирование.

**7. Зарегистрированный товарный знак используется с предупредительной маркировкой**

- А) @;
- Б) тм;
- В) ©;
- Г) Σ.

**8. В основе мотивов деятельности людей лежат ...**

- А) потребности;
- Б) знания;
- В) прогноз;
- Г) расчет.

**9. К потребностям самовыражения Маслоу А. относит потребность в**

- А) творчестве;
- Б) уважении;
- В) уверенности;
- Г) коллективе.

**10. К потребностям признания Маслоу А. относит потребность в ...**

- А) творчестве;
- Б) уважении;
- В) знаниях;
- Г) коллективе.

**11. К социальным мотивам потребителя, используемым в рекламе относят ...**

- А) надежность;
- Б) патриотизм;
- В) сострадание;

Г) гордость.

**12. Рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение в рамках рекламной кампании – это ...**

- А) эхо-фраза;
- Б) заголовок;
- В) вывод;
- Г) слоган.

**13. Требование к имени торговой марки:**

- А) легко произносимое;
- Б) состоит из одного слова;
- В) не должно содержать цифровых знаков;
- Г) должно сопровождаться изображением.

**14. Рекламным идентификатором (константой фирменного стиля является):**

- А) визитная карточка;
- Б) логотип;
- В) бланк;
- Г) штендер.

**15. Наиболее эффективна реклама косметики, сопровождающаяся ...**

- А) фотографией женского лица, на которой видны рекламируемые косметические средства;
- Б) инструкцией по использованию косметики;
- В) рисунком векторной природы с изображением косметических средств;
- Г) подробным описанием состава косметического средства.

**16. Отметьте признак хорошего логотипа:**

- А) небольшой размер логотипа;
- Б) сочетание знака и слова;
- В) использование геометрических форм;
- Г) цвет нужен, чтобы подкрепить концепцию, но логотип должен работать и в черно-белой версии.

**17. Для создания основного рекламного текста рекомендуются ...**

- А) шрифты с засечками;
- Б) рубленые шрифты;
- В) декоративные шрифты;
- Г) рукописные шрифты.

**18. Площадь логотипа в рекламном объявлении**

- А) 20%;
- Б) 5-10%;
- В) 10-15%;
- Г) 50%.

**19. Придает видимость современного, модного, энергичного ... баланс**

- А) асимметричный;
- Б) радиальный;
- В) симметричный;

Г) радиальный и симметричный баланс.

**20. Перемещение – это ...**

- А) принцип построения рекламы, определяющий взаимосвязанность рекламы со всей рекламной кампанией;
- Б) объединение всех элементов;
- В) принцип построения рекламы, благодаря которому внимание потребителя направляется в нужной последовательности;
- Г) чередование элементов в определенной последовательности.

**21. Каждый элемент в рекламе должен занимать площадь, пропорциональную его значимости в рекламе – это принцип**

- А) простоты;
- Б) четкости;
- В) единства;
- Г) соразмерности.

**22. Реклама с обратной связью – это ...**

- А) рассылка;
- Б) буклет;
- В) листовка;
- Г) рекламный ролик.

**23. Нефальцованное рекламное издание, которое посвящено одному товару или нескольким товарам одного производителя, называется ...**

- А) каталог;
- Б) прайс-лист;
- В) листовка;
- Г) брошюра.

**24. К малоформатным печатным рекламным документам относится:**

- А) баннер;
- Б) билборд;
- В) буклет;
- Г) пилларс.

**25. Разновидность наружной рекламы, представляющая собой щит с наклеенным изображением размером 6х3 м, является рекламным сообщением для автомобилистов, называется ...**

- А) сити-формат;
- Б) билборд;
- В) брендмауер;
- Г) пилларс.

**26. Рекламное полотно, натягиваемое на глухие стены зданий, называется ...**

- А) сити-формат;
- Б) суперсайт;
- В) брендмауер;
- Г) растяжка.

**27. Полиграфия – это ...**

- А) совокупность технических средств для получения большого количества одинаковых изданий и способов печатного размножения продукции;
- Б) подготовка публикаций;
- В) программа подготовки печатного издания;
- Г) подготовка и вывод на печать публикации.

**28. Вывод на принтер страниц подготовленного макета в определенном порядке, называется ...**

- А) параметры печати;
- Б) спуск полос;
- В) фальцовка;
- Г) биговка.

**29. Вид плоской печати, основанный на печатании с передачей формы на бумагу посредством специальной промежуточной поверхности, называется ...**

- А) высокая печать;
- Б) глубокая печать;
- В) офсетная печать;
- Г) многоцветная печать.

**30. Фальцовка – это ...**

- А) обработка сгиба;
- Б) подготовка к печати;
- В) складывание листа;
- Г) процесс формирования книжного блока.

### Ключи к тесту

№ вопроса	Вариант ответа	№ вопроса	Вариант ответа	№ вопроса	Вариант ответа
1	г	11	в	21	а
2	в	12	г	22	а
3	в	13	а	23	в
4	б	14	б	24	в
5	а	15	а	25	б
6	а	16	г	26	в
7	б	17	а	27	а
8	а	18	б	28	б
9	а	19	а	29	в
10	б	20	в	30	в

Оценка	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно</i>	49% и меньше правильных ответов

### Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
18	посещаемость 75 - 100 %
5	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

#### **4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации**

##### *Формы промежуточной аттестации*

##### Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с экзаменом

Для дисциплин (модулей), заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена:

В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовой вариант экзаменационного билета:

1. Реклама. Виды рекламы.
2. Реклама в системе маркетинга и ее функции.
3. Реклама и маркетинговый процесс: стадия исследования.
4. Реклама и маркетинговый процесс: стратегическая стадия. Уникальное торговое предложение. Позиционирование товара.
5. 4P маркетинга, структура бренда.
6. Реклама и маркетинговый процесс: стадия реализации.
7. Реклама и маркетинговый процесс: стадия оценки.
8. Рекламная коммуникация: цели, основные элементы, этапы.
9. Каналы распространения рекламы.
10. Медиапланирование и его содержание.
11. Потребитель и потребительское поведение.
12. Психологические типы потребителей и теории, объясняющие их поведение.
13. Группы мотивов, используемые в рекламе.
14. Определите понятие товара в рекламе.
15. Рекламное сообщение. Структура рекламного сообщения.
16. Фирменный стиль.
17. Значение знаков, символов и формы в рекламе.
18. Значение цвета в рекламе.
19. Рекламный образ и его формирование.
20. Определение рекламной кампании. Концепция рекламной кампании. Этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
21. Рекламные идентификаторы. Торговая марка. Товарный знак.
22. Композиция фирменного знака. Виды товарных знаков.
23. Разработка товарного знака. Требования, предъявляемые к разработке товарного знака.
24. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.
25. Полиграфическая рекламная продукция малых форм: листовки, буклеты, визитные карточки, плакаты и т.п.
26. Упаковка продукта. Товарная этикетка.
27. Реклама на радио.
28. Изобразительные средства телевизионной рекламы.

29. Наружная реклама.
30. Реклама в Интернет.
31. BTL и ATL рекламные технологии.
32. Предпечатная подготовка рекламной полиграфической продукции.
33. Печать и виды печати.
34. После печатная обработка полиграфической продукции.

---

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Мурманский арктический университет»  
(ФГАОУ ВО «МАУ»)**

2024\2025 учебный год

Специальность / направление подготовки: 54.04.01 Дизайн, направленность (профили) Дизайн  
среды и интерьера

Кафедра: Искусств и дизайна

Наименование дисциплины: Полиграфический дизайн и реклама

Экзаменационный билет № 1

Вопрос 1. Реклама. Виды рекламы

Вопрос 2. Фирменный стиль

Зав. кафедрой искусств и дизайна \_\_\_\_\_ (Терещенко Е.Ю.)

Утверждено на заседании кафедры искусств и дизайна

Протокол № 1 от 1 сентября 2024 года

---

Оценка	Критерии оценки ответа на экзамене
<i><b>Отлично</b></i>	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы.
<i><b>Хорошо</b></i>	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.
<i><b>Удовлетворительно</b></i>	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.
<i><b>Неудовлетворительно</b></i>	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией,

	не ориентируется в источниках специализированных знаний. Нет ответа на поставленный вопрос.
--	--

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» - 20 баллов, «4» - 15 баллов, «3» - 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля.

Итоговая оценка по дисциплине (модулю)	Суммарные баллы по дисциплине (модулю), в том числе	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	91 - 100	Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне. Экзамен сдан
<i>Хорошо</i>	81-90	Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан
<i>Удовлетворительно</i>	70- 80	Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан
<i>Неудовлетворительно</i>	69 и менее	Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен

### 5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта заданий включает: *тестовые задания*

#### Комплект заданий диагностической работы

<b>ОПК-4</b> Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно -пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.	
1	<i>Важной характеристикой рекламы является ... А) прямая коммуникация; Б) коммуникация от имени неизвестного спонсора; В) неоплаченная коммуникация; Г) распространение информации о чем-либо или о ком-либо (товаре, услуге, фирме, лице).</i>
2	<i>В схеме проведения рекламной кампании стадия исследования включает следующий этап: А) анализ свойств товара; Б) позиционирование; В) выявление уникального торгового предложения; Г) выбор рекламоносителя.</i>
3	<i>Вид(ы) бумаги для печати офсетным способом: А) Офсетная бумага Б) Мелованная бумага</i>

	<p><i>В) Дизайнерская бумага</i>  <i>Г) Самоклеющаяся бумага, оракал</i>  <i>Д) Газетная</i></p>
4	<p><i>Зарегистрированный товарный знак используется с предупредительной маркировкой</i>  <i>А) @;</i>  <i>Б) тм;</i>  <i>В) ©;</i>  <i>Г) Σ.</i></p>
5	<p><i>Цветовая модель для макета печатной продукции:</i>  <i>А) RGB</i>  <i>Б) CMYK</i>  <i>В) HSB</i>  <i>Г) LAB</i>  <i>Д) GRAYSCALE</i></p>
6	<p><i>Если в макете использовать растровое изображение низкого разрешения...</i>  <i>А) Изображение не напечатается</i>  <i>Б) Изображение будет не резким</i>  <i>В) Ничего</i>  <i>Г) Возникнут проблемы с сохранением файла</i>  <i>Д) Возникнет брак</i></p>
7	<p><i>В основе мотивов деятельности людей лежат ...</i>  <i>А) потребности;</i>  <i>Б) знания;</i>  <i>В) прогноз;</i>  <i>Г) расчет.</i></p>
8	<p><i>К потребностям самовыражения Маслоу А. относит потребность в</i>  <i>А) творчестве;</i>  <i>Б) уважении;</i>  <i>В) уверенности;</i>  <i>Г) коллективе.</i></p>
9	<p><i>Какой формат файлов позволяет сохранять прозрачность слоя в Adobe Photoshop?</i>  <i>А) JPEG 2000</i>  <i>Б) JPEG</i>  <i>В) TIFF</i>  <i>Г) PNG</i>  <i>Д) Ai</i></p>
10	<p><i>Технологический процесс разложения полноцветного изображения на 4 плоскости называется</i>  <i>А) растриванием</i>  <i>Б) автотипией</i>  <i>В) прототипированием</i>  <i>Г) цветodelением</i>  <i>Д) допечатной подготовкой</i></p>
<p><b>ОПК-5</b> Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях.</p>	
1	<p><i>Содержимое изображения (фон, рисунок), выходящее за физический размер изделия при допечатной подготовке – это:</i>  <i>А) вытяжка</i>  <i>Б) обрезной формат</i></p>

	<p><i>В) безопасная зона</i></p> <p><i>Г) формат после обрезки</i></p> <p><i>Д) выпуск под обрез</i></p>
2	<i>Издание в виде одного или нескольких страниц печатного материала любого формата без скрепления, называется ...</i>
3	<i>Комплекс аппаратного и программного обеспечения, предназначенный для подготовки публикации из текста и изображений, готового для передачи в типографию называют ... издательская система.</i>
4	<i>Средство маркетинга, индивидуально обращенное и нацеленное на порождение ответного действия называется</i>
5	<i>Вид графики, основными элементами которой являются схемы, графики, диаграммы, называется</i>
6	<i>Форматы фалов растровых иллюстраций</i>
7	<i>Функция рекламы, заключающаяся в повышении спроса и стимулировании товарооборота, называется...</i>
8	<i>Увеличение числа рабочих мест или сохранение уже существующих является ... функцией рекламы</i>
9	<i>Для работы со слоями необходим формат ...</i>
10	<i>Нахождение однородной группы потребителей, которые одинаково понимают назначение и выгоду от использования товара, называют ...</i>