



Дизайн и рекламные технологии.

- 1 Слово «реклама» произошло от латинского *reclamare*, что означает «...»
- 2 В ... в Германии Иоганн Гуттенберг изобрел первый печатный станок, позволивший быстро и качественно тиражировать рекламные объявления
- 3 Рекламная информация играла роль простого сообщения о чем-либо вплоть до ..., после чего начался качественный скачок в развитии рекламы: появились рекламные агенты и рекламные агентства
- 4 Наиболее развитой «рекламной» страной на начальном периоде развития рекламы была ...
- 5 ... определил рекламу как промышленную торговую агитацию
- 6 Световые рекламные крышные установки иностранных фирм в СССР были практически под запретом, лишь в ... их разрешили установить в Москве и Ленинграде (Санкт-Петербурге)
- 7 В ... появилась первая крышная неоновая реклама западной фирмы – компании Coca-Cola, которую в Москве установило рекламное агентство «Соверо»
- 8 С ... Россия входит в пятерку стран-лидеров, жители которых чаще других смотрят рекламу по телевизору
- 9 Серьезным вкладом в становление цивилизованного рекламного рынка стало принятие в ... Федерального закона «О рекламе» и установление связей с международными рекламными организациями
- 10 По характеру подачи материала реклама может быть ...
- 11 По характеру планирования рекламных акций реклама может быть ...
- 12 Целью ... розничной рекламы является стимулирование краткосрочных продаж и усиление образа торговой марки
- 13 Неверно, что одной из основных целей рекламы является ...



- (14) Задача ... – перевести внимание с графической части рекламы на непосредственно рекламируемый товар или услугу и показать диапазон товаров или услуг
- (15) Для того чтобы торговое предложение имело шансы на успех, в первую очередь необходимо ...
- (16) Имидж продукта подразумевает ...
- (17) Для понимания психотехнологии побуждения потребителя к действию важно вспомнить психологический «эффект ...»
- (18) При ... рекламной информации исключительно важная роль принадлежит формированию перцептивного образа, который оказывает (или не оказывает) самое существенное воздействие на поведение покупателя
- (19) ... разработал информационную теорию эмоций, в соответствии с которой источником эмоций является расхождение между количеством наличной информации и информации, необходимой для решения стоящей перед человеком задачи
- (20) Управление покупательским поведением, по ..., означает влияние на поведение потенциального покупателя
- (21) Сложность создания рекламы заключается в том, что рекламное сообщение, созданное одним специалистом или коллективом, должно не только быть красивым и оригинальным с точки зрения эстетики, но и обязательно содержать ...
- (22) Фирменный ... представляет собой комбинацию товарного знака, фирменных шрифта, цвета, полного наименования предприятия, его почтовых и банковских реквизитов
- (23) Товарный ... – это произведение графического дизайна, основной элемент фирменного стиля, регистрируемый в установленном порядке
- (24) ... – это словесный товарный знак, представляющий собой слово или буквосочетание, имеющее характер слов, по-особому художественно оформленное и зарегистрированное
- (25) Неверно, что словесный товарный знак (ТЗ) ...
- (26) ... – это представленная в сжатом, нередко образном виде запоминающаяся фраза, которая выражает коммерческую идею фирмы
- (27) Обычная длина русского слогана – от ...



- (28) Синие и зеленые «выворотки» подходят для оформления ...
- (29) Египетские шрифты отличает ...
- (30) Российские дизайнеры долгие годы ориентировались на типографскую классификацию шрифтов, а именно на государственный стандарт ..., в котором все шрифты были разделены на шесть основных и одну дополнительную группы
- (31) ... способ оформления текстов возможен в том случае, если существует пакет фирменных шрифтов
- (32) На ... этапе восприятия композиции происходит суммирование полученной визуальной информации, ее первичный анализ
- (33) ... – это самое визуально насыщенное пятно, возникающее в результате использования большого размера, высокой плотности того или иного цвета, особой формы и т.д.
- (34) В эффективной рекламе визуальный центр тяжести находится ...
- (35) Для реализации формального типа сбалансированности композиции размещение элементов симметрично относительно ... оси является самым простым способом сбалансирования
- (36) Прибегая к помощи механических факторов направления движения, важно иметь в виду, что ...
- (37) Неверно, что к средствам гармонизации эффективной композиции относится ...
- (38) К ... прибегают при построении неформального баланса в тех случаях, когда необходимо подчеркнуть подвижность, динамику
- (39) Динамика композиции достигается, в первую очередь, ...
- (40) Наибольшее распространение, в силу простоты, получили ...
- (41) Неверно, что применение цвета ...
- (42) ... цвет, с одной стороны, вызывает повышенную эмоциональную реакцию и стимулирует мозг, но при этом – легко раздражает, повышает кровяное давление
- (43) Зеленый цвет символизирует ...
- (44) ... цвет символизирует замкнутость, изолированность



- (45) По силе запоминаемости первое место занимает ... цвет
- (46) ... цвета придают предметам больший размер
- (47) Зеленый, оранжевый и желтый цвета лучше сочетаются с ...
- (48) Сочетание зеленого и желтого цвета создает ...
- (49) По четкости восприятия печатных знаков ... занимает первое место в ряду цветовых сочетаний
- (50) ... включают слова «как сделать»
- (51) ... – это абзац текста, содержащий короткую информацию о материале, часто выделяется жирным шрифтом или контрастным цветом
- (52) Неверно, что воздействие длинного текста можно усилить с помощью ...
- (53) Неверно, что для запоминаемости текста ...
- (54) ... – это завершающая часть рекламного текста, предназначенная для закрепления в сознании потребителя яркой образной информации
- (55) В рекламном объявлении следует использовать ...
- (56) ... – это передача ложной информации в рекламе или ложный намек
- (57) ... буквы на белом фоне – одно из лучших цветовых сочетаний фона и шрифта
- (58) Выглядит интереснее и лучше воспринимается рекламный текст в ...
- (59) Главными отличительными признаками ... шрифтов являются умеренная контрастность, маленькие поперечные элементы или засечки
- (60) Брусковые шрифты ...
- (61) Неверно, что к выделительным относятся ... шрифты
- (62) Оптимальной шириной строк является расстояние ...



- (63) В широком объявлении, для того чтобы избежать длинных строк, ...
- (64) ... – это расстояние между строками
- (65) Орнаментированные шрифты указывают на ...
- (66) ... обычно употребляют для выделения приводимого в тексте личного мнения, прямой речи
- (67) ... – это изображение красками или баннерное полотно на глухой стене здания
- (68) Призматрон (тривижн) – это ...
- (69) Скроллер – это своеобразная ротационная роликовая конструкция, на одной стороне которой можно попеременно демонстрировать от ... рекламных изображений, нанесенных на баннерное полотно
- (70) ... – это отдельно стоящая рекламная конструкция имиджевого характера, которая занимает небольшую площадь, но при этом очень заметна благодаря своей высоте
- (71) Дюралайт – это ...
- (72) ... применяется для изготовления оригинальных рамок различных оттенков и цветов, указателей, табличек и при оформлении интерьеров
- (73) К листовым материалам относят ...
- (74) Цветозаполнение фронтлайта – от ... – делает изображение насыщенным и контрастным
- (75) ... виниловая пленка отличается большей долговечностью, особым качеством и надежностью
- (76) ... рекламного образа – такая его изменчивость, которая позволит представлять данный рекламный продукт в последующих рекламных материалах в ином, более свежем ракурсе
- (77) Неверно, что к основным характеристикам рекламы в Интернете относится ...
- (78) ... – это сближение, слияние различных по своей природе средств массовой информации и взаимодействие их с Интернетом
- (79) ... – это обращение браузера к веб-серверу



- (80) Показатель ... оценивается как процентное соотношение числа просмотров к числу показов рекламного сообщения, а также служит оценкой числа осуществившихся рекламных контактов
- (81) ... реклама – это вид размещения интернет-рекламы на сайтах, представляющих собой рекламную площадку
- (82) Баннер ... – самый распространенный на сегодняшний день формат, который поддерживается большинством баннерных сетей сайтов
- (83) Неверно, что к преимуществам контекстной рекламы относят ...
- (84) Основными функциями ... рекламы являются быстрое стимулирование продаж, создание спроса и нишевый брендинг
- (85) ... – это минимизированная веб-страничка, раскрывающаяся в виде окошка поверх основного браузера
- (86) ... – это услуга хранения веб-сайтов
- (87) По структуре бывают ... веб-сайты
- (88) ... содержит самые общие данные о владельце сайта (организации или индивидуальном предпринимателе)

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08