

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 11.06.2026 11:20:11
Уникальный программный ключ:
e3a68f3a6c67c74b54f428889917c6bfdcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Графический дизайн

Код, направление	44.03.01 Педагогическое образование
подготовки	
Направленность (профиль)	Дополнительное образования в области дизайна и цифровых технологий
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Педагогики профессионального и дополнительного образования
Выпускающая кафедра	Педагогики профессионального и дополнительного образования

Типовые задания для контрольной работы (4 семестр):

1. Цвет как носитель смысла

Проанализируйте визуальное сообщение (плакат/афиша/рекламный макет):

- определите роль цвета в передаче смысла;
- выделите основную, дополнительную и акцентную цветовые зоны;
- охарактеризуйте используемые цветовые контрасты;
- сделайте вывод о том, как цвет влияет на восприятие сообщения.

2. Цветовой плакат

Требования:

- использовать цвет как основной выразительный инструмент;
- выстроить цветовую иерархию;
- обеспечить композиционную целостность;
- минимизировать использование изображения (при необходимости — абстракция).

Материалы: акварель / маркеры / цветные карандаши.

3. Колористика бренда

Выберите существующий бренд и выполните:

- анализ его цветовой палитры (структура, функции цветов);
- оценку соответствия палитры позиционированию;
- разработку альтернативного цветового решения (эскиз);
- краткое обоснование изменений.

4. Цвет и типографика

Разработайте шрифтовую композицию (плакат) по заданному тексту (пословица/цитата):

- используйте цвет как средство организации иерархии;
- обеспечьте читаемость текста за счёт светлотного контраста;
- выделите смысловые акценты цветом;
- создайте целостное композиционное решение.

5. Цветовая стратегия бренда

Разработайте колористическое решение для условного бренда:

- определите целевую аудиторию и позиционирование;
- сформируйте палитру (основной, дополнительный, акцентный цвет);

- предложите применение палитры на 2–3 носителях (упаковка, плакат, визитка);
- обоснуйте выбранное цветовое решение;
- укажите, используется ли трендовая палитра или сделан отказ от неё (с аргументацией).

Типовые вопросы к зачёту (4 семестр):

1. Цвет как средство визуальной коммуникации: основные функции.
2. Смысловая функция цвета в дизайне.
3. Эмоциональное воздействие цвета на восприятие.
4. Цвет как инструмент передачи содержания визуального сообщения.
5. Цветовая иерархия в композиции: принципы построения.
6. Основные виды цветовых контрастов и их роль.
7. Светлотный контраст: значение и применение.
8. Температурный контраст: особенности и использование.
9. Комплементарные сочетания цветов и их выразительность.
10. Роль цвета в формировании композиционного центра.
11. Цвет как элемент идентичности бренда.
12. Фирменная цветовая палитра: структура и функции.
13. Основной, дополнительный и акцентный цвет: различия и роль.
14. Цвет и позиционирование бренда.
15. Связь цвета с ценностями бренда.
16. Цвет и целевая аудитория: принципы выбора.
17. Цвет и рыночный сегмент (массовый, премиум и др.).
18. Колористический анализ бренда: этапы и критерии.
19. Редизайн цветовой палитры: задачи и подходы.
20. Ошибки при выборе фирменной палитры.
21. Роль цвета в типографике.
22. Цвет как средство организации визуальной иерархии текста.
23. Читаемость текста и светлотный контраст.
24. Цветовые решения шрифтовых композиций.
25. Основные принципы разработки шрифтового плаката.
26. Ошибки в колористике типографических композиций.
27. Символика цвета в различных культурах.
28. Цвет в социальной коммуникации.
29. Цвет как средство выражения ценностей события.
30. Колористическая айдентика культурного события: структура.
31. Цветовая система для серии носителей (плакат, билет, бейдж).
32. Цвет как ДНК бренда.
33. Цветовая стратегия бренда: понятие и задачи.
34. Формирование цветовой палитры бренда: этапы.
35. Анализ соответствия цвета позиционированию бренда.
36. Цвет и поведение потребителя.
37. Исследование цветовых предпочтений аудитории.
38. Адаптация цветовой палитры под целевую аудиторию.
39. Цвет в упаковке: роль и функции.
40. Цветовые решения в разных ценовых сегментах.
41. Влияние цвета на восприятие продукта.
42. Цветовые тренды в современном брендинге.
43. Риски и преимущества использования трендов.
44. Цветовая система бренда: принципы построения.
45. Системность применения цвета в визуальной коммуникации.