

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 11.06.2026 11:19:55  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:**

*Колористика в дизайне*

Код, направление подготовки	44.03.01 Педагогическое образование
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

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ПК-5.1	Что отражает смысловая функция цвета?	а) Технические характеристики цвета б) Способ передачи эмоционального и смыслового содержания в) Цветовую модель г) Плотность заливки	низкий
ПК-5.1	Что такое цветовая палитра бренда?	а) Набор случайных цветов б) Совокупность основных и дополнительных цветов бренда в) Цвет фона макета г) Любое цветовое решение	низкий
ПК-5.1	Какой контраст связан с различием светлоты?	а) Температурный б) Светлотный в) Комплементарный г) Насыщенности	низкий
ПК-5.1	Какой фактор влияет на выбор цвета в брендинге?	а) Случайный выбор б) Предпочтения дизайнера в) Позиционирование бренда г) Размер макета	низкий
ПК-5.1	Цвет, привлекающий внимание в композиции, называется:	а) Основной б) Дополнительный в) Акцентный г) Фоновый	низкий
ПК-5.1	Выберите два признака эффективной цветовой палитры бренда:	а) Соответствие целевой аудитории б) Случайный подбор в) Системность г) Максимальное количество цветов	средний
ПК-5.1	Какой этап следует после анализа цветовой стратегии бренда?	а) Игнорирование данных б) Разработка альтернативной палитры в) Печать макета г) Создание логотипа	средний
ПК-5.1	Выберите все задачи, которые решает цвет в	а) Передача смысла б) Формирование эмоции в) Заполнение пространства г) Создание иерархии	средний

	визуальной коммуникации:								
ПК-5.1	Заполните пропуск:  Контраст, основанный на противопоставлении и тёплых и холодных цветов, называется _____.		средний						
ПК-5.1	Какой из факторов наиболее влияет на выбор цвета упаковки?	а) Размер упаковки б) Рыночный сегмент и позиционирование в) Стоимость печати г) Личный вкус	средний						
ПК-5.1	Выберите все элементы цветовой системы бренда:	а) Основной цвет б) Акцентный цвет в) Шрифт г) Дополнительные цвета	средний						
ПК-5.1	Заполните пропуск:  Система правил применения цвета в бренд-коммуникации называется _____.		средний						
ПК-5.1	Выберите все параметры, влияющие на восприятие цвета:	а) Контраст б) Насыщенность в) Контекст г) Размер объекта д) Температура	средний						
ПК-5.1	Сопоставьте тип цвета с его функцией:	<table border="1"> <tr> <td>1) Основной</td> <td>а) Привлекает внимание</td> </tr> <tr> <td>2) Акцентный</td> <td>б) Формирует основу идентичности</td> </tr> <tr> <td>3) Дополнительный</td> <td>в) Поддерживает композицию</td> </tr> </table>	1) Основной	а) Привлекает внимание	2) Акцентный	б) Формирует основу идентичности	3) Дополнительный	в) Поддерживает композицию	средний
1) Основной	а) Привлекает внимание								
2) Акцентный	б) Формирует основу идентичности								
3) Дополнительный	в) Поддерживает композицию								
ПК-5.1	Сопоставьте этап работы с цветом и результат:	<table border="1"> <tr> <td>1) Анализ аудитории</td> <td>а) Определение цветовых предпочтений</td> </tr> <tr> <td>2) Анализ бренда</td> <td>б) Выявление позиционирования</td> </tr> <tr> <td>3) Разработка палитры</td> <td>в) Формирование палитры</td> </tr> </table>	1) Анализ аудитории	а) Определение цветовых предпочтений	2) Анализ бренда	б) Выявление позиционирования	3) Разработка палитры	в) Формирование палитры	средний
1) Анализ аудитории	а) Определение цветовых предпочтений								
2) Анализ бренда	б) Выявление позиционирования								
3) Разработка палитры	в) Формирование палитры								

		4) Систематизация	г) Создание системы применения							
ПК-5.1	Выберите все риски использования трендовой палитры:	а) Потеря уникальности б) Быстрая устареваемость в) Повышение узнаваемости г) Несоответствие бренду		высокий						
ПК-5.1	Выберите все задачи, которые решает цветовая система бренда:	а) Обеспечивает единообразие визуальной коммуникации б) Регламентирует использование цвета в) Увеличивает количество дизайнерских решений г) Обеспечивает узнаваемость бренда д) Упрощает разработку макетов		высокий						
ПК-5.1	Выберите все критерии, по которым можно оценить корректность цветовой стратегии бренда:	а) Соответствие позиционированию б) Системность применения в) Случайность выбора цветов г) Адаптивность к носителям д) Эмоциональное воздействие		высокий						
ПК-5.1	Заполните пропуск:  Целенаправленное изменение цветовой палитры бренда с сохранением его идентичности называется _____.			высокий						
ПК-5.1	Сопоставьте тип контраста с его характеристикой:	<table border="1"> <tr> <td>1. Светлостной</td> <td>а) Противопоставление тёплых и холодных цветов</td> </tr> <tr> <td>2. Температурный</td> <td>б) Противопоставление светлого и тёмного</td> </tr> <tr> <td>3. Комплементарный</td> <td>в) Противоположные цвета на цветовом круге</td> </tr> </table>		1. Светлостной	а) Противопоставление тёплых и холодных цветов	2. Температурный	б) Противопоставление светлого и тёмного	3. Комплементарный	в) Противоположные цвета на цветовом круге	высокий
1. Светлостной	а) Противопоставление тёплых и холодных цветов									
2. Температурный	б) Противопоставление светлого и тёмного									
3. Комплементарный	в) Противоположные цвета на цветовом круге									