

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра комп'ютерних мультимедійних технологій

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

(підпис) (ПБ)

« _____ » _____ 20__ р.

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну»

1. Визначити види оформлення обкладинки книги.
2. Визначити види титульного аркушу та їх особливості.
3. Визначити вимоги до тексту плакату.
4. Визначити головні функції дизайну.
5. Визначити ключові відмінності між флаєром, буклетом та листівкою.
6. Визначити особливі сторінки книги та їх значення у виданні.
7. Визначити роль кольору в дизайні плакату.
8. Визначити роль форзаців у дизайні книги.
9. Визначити роль шрифту в дизайні упаковки.
10. Визначити та описати види оформлення кінцевої смуги книги.
11. Визначити та описати види оформлення спуску смуги складання книги.
12. Визначити функції рекламної ілюстрації.
13. Визначити функціональне призначення упаковки.
14. Визначити, можливий склад текстової частини у друкованій рекламі.
15. Визначити, у чому полягає естетична цінність товару.
16. Визначити, як у дизайні плакату реалізовується завдання змусити глядача задуматися щодо змісту плакату.
17. Визначити, як у дизайні плакату реалізовується завдання миттєвого привертання уваги користувача.
18. Визначити, як у дизайні плакату реалізовується завдання швидкого донесення до глядача змісту плакату.
19. Визначити, які види дизайну книжкової обкладинки виокремлюють.
20. Визначити, які види флаєрів виділяють та їх особливості.
21. Визначити, які існують основні види буклетів та їх особливості.
22. Визначити, які існують типи зображень у друкованій рекламі за технікою виконання та описати їх можливості.
23. Визначити, які показники характеризують естетичні властивості товарів.
24. Визначте, які показники характеризують естетичні властивості товарів.
25. Дати визначення поняттю «плакат» та підходи до їх класифікації.
26. Дати визначення поняттям «дизайн» і «технічна естетика».

27. Здійснити порівняння підходів у дизайні іміджевих та ексклюзивних флаєрів.
28. Здійснити порівняння підходів у дизайні іміджевих та масових буклетів.
29. Здійснити порівняння художніх листівок та листівок-репродукцій.
30. Назвати головні складові дизайну упаковки.
31. Назвати неодмінний вміст етикетки.
32. Назвати специфіку та головне призначення буклетів-сходинок.
33. Назвати та охарактеризувати чотири головні принципи дизайну.
34. Обґрунтувати призначення технічної естетики.
35. Обґрунтувати роль графічного дизайну.
36. Обґрунтувати, які аспекти включає ергономічний дизайн упаковки.
37. Описати основні фактори ефективності реклами.
38. Описати становлення естетики як науки.
39. Охарактеризувати колір, як ключовий елемент дизайну поліграфічної продукції.
40. Охарактеризувати специфіку орнаментального оформлення обкладинки книги.
41. Охарактеризувати специфіку предметного оформлення обкладинки книги.
42. Охарактеризувати специфіку сюжетно-тематичного оформлення обкладинки книги.
43. Охарактеризувати специфіку шрифтового оформлення обкладинки книги.
44. Охарактеризувати шрифт, як ключовий елемент дизайну поліграфічної продукції.
45. Порівняти симетричну та асиметричну композицію титульного аркушу книги.
46. Розкрийте власне розуміння значення краси у житті і діяльності людини.
47. Розкрийте власне розуміння фрази: «єдність візуальної мови дизайну».
48. Розкрийте власне розуміння фрази: «концепція — головна умова гарного дизайну».
49. Розкрийте власне розуміння фрази: «Симетрія у дизайні – абсолютне зло» і чи погоджуєтесь з нею.
50. Розкрийте власне розуміння фрази: «у дизайні важливим є створення простору, а не його заповнення».
51. Розкрийте власне розуміння фрази: «у дизайні є важливим інформування, а не прикрашування».
52. Розкрийте у чому полягає подвійна природа книги.
53. Розкрити основні вимоги до візуального образу в плакаті.
54. Розкрити основні естетичні властивості друкованої реклами.
55. Сформулюйте власне бачення переваг та недоліків і можливостей використання такого підходу до створення реклами як «Тільки рекламований об'єкт».
56. Сформулюйте власне бачення переваг та недоліків і можливостей використання такого підходу до створення реклами як «Рекламований об'єкт з відмінною деталлю».

57. Сформулюйте власне бачення переваг та недоліків і можливостей використання такого підходу до створення реклами як «Рекламований об'єкт в процесі використання».
58. Сформулюйте власне бачення переваг та недоліків і можливостей використання такого підходу до створення реклами як «Крупна фотографія і рекламований об'єкт».
59. Сформулюйте власне бачення переваг та недоліків і можливостей використання такого підходу до створення реклами як «Свідчення відомої особистості на користь об'єкту».
60. Які види афіш можна виділити та у чому полягають їх відмінності?