

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ И ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

по учебной дисциплине «Дизайн в рекламной деятельности»

для студентов специальности

42.02.01 Реклама

Ставрополь 2024

Методические указания к практическим занятиям и практической подготовке составлены в соответствии Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Составитель:

преподаватель СМК – Силютин А. М.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Наименование практических занятий.....	4
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	5
Тема 1. Практическое занятие № 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии», развитие отечественной рекламы	6
Тема 2. Практическое занятие № 2. Понятие рекламной коммуникации.....	7
Тема 3. Практическое занятие № 3. Задачи разработки рекламной концепции товара.....	9
Тема 4. Практическое занятие № 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.....	12
Тема 5. Практическое занятие № 5. Понятие сценарного моделирования.....	13
Тема 6. Практическое занятие № 6. Природа рекламного воздействия Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.....	15
Тема 7. Практическое занятие № 7. Творческая реклама.....	17
Тема 8. Практическое задание № 8. Разработать дизайн – макет.....	19
Тема 9. Задание № 9. Разработать макет календаря как носителя фирменного стиля.....	20
Тема 10. Задание № 10. Создать эскиз-макет стандартного рекламного щита...	21
Тема 11. Задание № 11. Разработать два варианта нестандартных, креативных бизнес-сувенира.....	22
Список рекомендуемых источников.....	24

ВВЕДЕНИЕ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью методических рекомендаций по изучению дисциплины является закрепление и углубление знаний, полученных при изучении теоретического материала по дисциплине «Дизайн в рекламной деятельности».

Целью преподавания дисциплины Дизайн в рекламной деятельности является формирование творческого мышления, объединение знаний основных принципов создания рекламных образов, с последующим выполнением дизайна рекламной продукции.

Задачи дисциплины: Подготовка студента к рекламной деятельности в области современного дизайна на основе методов и средств создания художественного образа. Подготовка студентов к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

Процесс изучения дисциплины в соответствии с ФГОС СПО направлен на формирование следующих компетенций:

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства

ЛР 13 Мотивированный на постоянный профессиональный рост.

ЛР 14 Стремящийся к самообразованию, самосовершенствованию и творческой реализации

ЛР 20 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности

ЛР 22 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем

ЛР 26 Умеющий выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи

ЛР. 30 Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта

ЛР 32 Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта

ЛР 38 Обладающий востребованными надпрофессиональными компетенциями: инновационностью, креативностью, предприимчивостью, коммуникативностью, солидарностью, эффективностью.

ЛР 39 Умеющий позиционировать себя в профессиональной деятельности, владеющий стратегиями и тактиками самопозиционирования для карьерного и личного роста.

ЛР 40 Готовый к постоянному повышению уровня профессионального образования, в том числе через самостоятельное образование, в условиях современного профессионального контекста.

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее

ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 04 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ**

1. Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о основе рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.

Теоретическая часть: Формирование рекламного дизайна. Задачи и объекты рекламного дизайна. Потребности российского дизайна в настоящее время.

Специфика рекламы в сфере дизайна. Творческая концепция.

Рассматриваемые вопросы

1. Психология восприятия рекламного продукта потребителем.
2. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта. Семиотика рекламы.

Технология работы

1. Выступление студентов с раскрытием основных понятий восприятия рекламного продукта потребителем
2. Выступление студентов с раскрытием основных понятий создания эффективного рекламного продукта.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.

3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.

4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.

5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.

6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2.

ПОНЯТИЕ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Цель занятия: рассмотреть механизмы рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о механизмах рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

Теоретическая часть: Понятие творческой стратегии. Определение творческой стратегии. Понятие заказчика, как объекта дизайнерского творчества.

Организация творческого процесса.

Рассматриваемые вопросы

1. Понятие рекламной коммуникации.
2. Понятие творческой стратегии.
3. Определение творческой стратегии.
4. Понятие заказчика, как объекта дизайнерского творчества.
5. Организация творческого процесса.

Технология работы

1. Выступление студентов с раскрытием основных понятий рекламной коммуникации.
2. Выступление студентов с раскрытием основных понятий творческой стратегии.
3. Выступление студентов с раскрытием основных понятий заказчика, как объекта дизайнерского творчества.
4. Выступление студентов с раскрытием основных понятий творческого процесса.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования:

учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001
2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. МихайленкоСтаврополь: Ставропольская правда, 1995.
5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3.

Задачи разработки рекламной концепции товара.

Цель занятия: рассмотреть задачи разработки рекламной концепции товара, понятие дизайн-концепции товара, взаимодействие дизайн – концепции и рекламной концепции.

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о рекламных концепциях товара, понятие дизайн-концепции товара, взаимодействие дизайн – концепции и рекламной концепции

Теоретическая часть: Понятия дизайн - концепции товара. Взаимодействия дизайн – концепции и рекламной концепции. Типы условности. Творческий «максимум» в дизайне концепции.

Рассматриваемые вопросы

1. Задачи разработки рекламной концепции товара.
2. Понятие дизайн-концепции товара.
3. Взаимодействие дизайн-концепции и рекламной концепции.

Технология работы

1. Рассмотрение примеров проведения разработки рекламной концепции товара.
2. Выступление студентов с раскрытием основных понятий дизайн-концепции товара.
3. Рассмотрение примеров использования дизайн-концепции и рекламной концепции.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама:

Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001

2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.

3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.

4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. МихайленкоСтаврополь: Ставропольская правда, 1995.

5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.

6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4.

Сущность теории УТП, теория позиционирования.

Цель занятия: дать студентам понятие о теории уникального торгового предложения.

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о теории уникального торгового предложения.

Теоретическая часть: Атрибутивное позиционирование; позиционирование достоинств; позиционирование применения; пользовательское позиционирование; конкурентное позиционирование; позиционирование категории; позиционирование качества/престижа; ценовое позиционирование

Задание

1. Провести анализ сущности теории УТП, теория позиционирования.

Технология работы

1. Выступление студентов с раскрытием основных понятий сущности теории УТП, теории позиционирования.
2. Выбрать регион России для проведения анализа теории УТП, теории позиционирования.
3. Определить набор показателей для анализа теории УТП, теории позиционирования.
4. Обсуждение результатов работы.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-

Петербург, 2001

2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.

3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.

4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В.

МихайленкоСтаврополь: Ставропольская правда, 1995.

5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.

6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5.

Понятие сценарного моделирования.

Цель занятия: дать понятие сценарного моделирования. Рассмотреть планирование рекламной кампании.

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия об основах сценарного моделирования. Рассмотреть планирование рекламной кампании.

Теоретическая часть: Планирование рекламной кампании. Теоретические аспекты планирования рекламной кампании; Определение цели рекламной кампании; Определение целевой аудитории; Предварительный выбор рекламных площадок; Выбор форматов носителей; Составление и оптимизация медиаплана.

Рассматриваемые вопросы

1. Понятие сценарного моделирования.
2. Планирование рекламной кампании.

Технология работы

1. Сообщения студентов о понятии сценарного моделирования.
2. Сообщения студентов о понятии рекламной кампании.
3. Рассмотрение методов оценки рекламной кампании.
4. Рассмотрение примеров рейтингов качества рекламной кампании.
5. Рассмотрение возможностей улучшения качества рекламной кампании

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама:

Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001

2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.

3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.

4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко-Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.

5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.

6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6.

Природа рекламного воздействия.

Цель занятия: рассмотреть социально – психологические основы дизайна рекламных технологий.

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о психологических основах дизайна рекламных технологий.

Теоретическая часть: Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.

Вопросы

1. Природа рекламного воздействия.
2. Потребности и мотивы.
3. Формы рекламного воздействия.

Технология работы

1. Сообщения студентов о понятии рекламного воздействия.
2. Рассмотрение методов оценки рекламного воздействия.
3. Рассмотрение примеров рейтингов рекламного воздействия..
4. Рассмотрение возможностей улучшения рекламного воздействия.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001
2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.:

ДМК Пресс, 2006.

4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В.

Михайленко/ Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.

5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.:

ИВЦ "Маркетинг", 1998.

6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб.

пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7.

Творческая реклама.

Цель занятия: изучить креативные концепции рекламного обращения.

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия об основах креативных концепций рекламного обращения.

Теоретическая часть: Рациональная реклама. Подражательная реклама.

Имиджевая реклама. Позиционирующая реклама. Патерналистская реклама.

Рассматриваемые вопросы

1. Творческая реклама.
2. Рациональная реклама.
3. Подражательная реклама.
4. Имиджевая реклама.
5. Позиционирующая реклама.
6. Патерналистская реклама.

Технология работы

1. Рассмотрение этапов и последовательности разработки документов и механик рассматриваемых видов рекламы.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001
2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.:

ДМК Пресс, 2006.

4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В.

Михайленко/ Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.

5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.:

ИВЦ "Маркетинг", 1998.

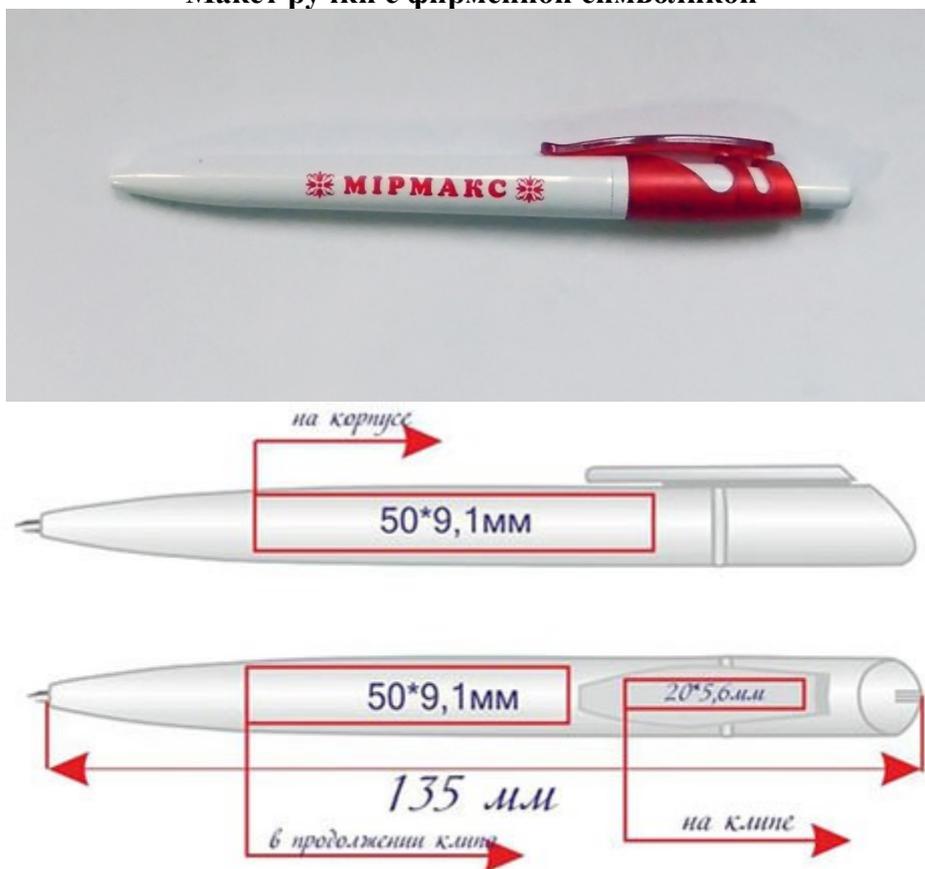
6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб.

пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8.

Разработать дизайн – макет, оригинал-макет изображения для нанесения на фирменную ручку, обосновать выбор сувенирной ручки и способ нанесения логотипа и рекламного текста. Задание выполняется средствами компьютерной графики в программе Illustrator или Photoshop.

Макет ручки с фирменной символикой



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9.

Задание 9.

Разработать макет календаря как носителя фирменного стиля, обязательным условием при разработке макета является создание рекламного текста для заполнения рекламного поля календаря. Задание выполняется средствами компьютерной графики в программе Illustrator или Photoshop.

Макет календаря



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10.

Задание 10.

Создать эскиз-макет стандартного рекламного щита - билборда с текстом рекламного сообщения. Задание выполняется средствами компьютерной графики в программе Illustrator или Photoshop.

Макет билборда



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11.

Задание 11.

Разработать два варианта нестандартных, креативных бизнес-сувенира, обосновать выбор данного сувенира. Задание выполняется средствами компьютерной графики в программе Illustrator или Photoshop.

Нестандартные бизнес-сувениры



СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Корякина, Г.М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий : [16+] / Г.М. Корякина, С.А. Бондарчук ; Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869> (дата обращения: 22.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст : электронный.
2. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова ; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва : Юнити, 2015. – 239 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> (дата обращения: 24.11.2019). – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст : электронный.
3. Пономарева, А.М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А.М. Пономарева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> (дата обращения: 05.12.2019). – Библиогр.: с. 228-254. – ISBN 978-5-7972-2537-9. – Текст : электронный.

Дополнительные источники

4. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности : учебник / М.А. Измайлова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 444 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265> (дата обращения: 05.12.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02557-0. – Текст : электронный.
5. Кашевский, П.А. Шрифты / П.А. Кашевский. – Минск : Літаратура і Мастацтва, 2012. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139774> (дата обращения: 24.11.2019). – ISBN 978-985-6941-43-9. – Текст : электронный.
6. Клещев, О.И. Типографика / О.И. Клещев ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральская государственная архитектурно-художественная академия» (ФГБОУ ВПО «УралГАХА»). – Екатеринбург : Архитектон, 2016. – 172 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455452> (дата обращения: 24.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7408-0249-7. –

Текст : электронный.

7. Робин Уильямс. Дизайн. Книга для недизайнеров. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2019 – 240 с.: ил.
8. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2017 – 224 с.: ил.
9. Эллен Луптон. Графический дизайн. Базовые концепции. 2-е изд– СПб.: Питер, 2017 – 256 с.: ил.
10. Ян Чихольд. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд; [пер. с нем. Л. Якубсона]. – 5-е изд. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2018. – 150 с.: ил.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ (ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ)

1. <https://designpub.ru>. Рассказывают о событиях, типографике, дизайн-процессах, иллюстрации и саморазвитии.
2. <https://dribbble.com>. Платформа, на которой дизайнеры размещают свои портфолио.
3. <https://infogra.ru>. Отличный русскоязычный ресурс для начинающих и практикующих дизайнеров, на котором размещены море статей, десятки уроков, обзоры и рецензии на книги, курсы и программы.
4. <https://pllsll.com/> Вдохновение, новости и статьи о дизайне на сайте.
5. <https://say-hi.me>. Один из лучших русскоязычных ресурсов, рассказывающий о творчестве для креативных людей.
6. <https://tutsplus.com/> Уроки дизайна.
7. <https://vk.com/psdeu> Паблик для дизайнеров.
8. <https://www.behance.net>. Дизайнеры традиционно публикуют свое портфолио Behance, поэтому сайт можно смело назвать самой большой коллекцией удачных примеров в любой сфере дизайна.
9. <https://www.designspiration.net>. На сайте есть сотни примеров хорошего дизайна для вдохновения.

10. <https://www.deviantart.com/> Портал для фотографов,

иллюстраторов и писателей, а также социальная сеть художников.