


**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**  
**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

**Факультет изобразительного и декоративно-прикладного искусства  
Кафедра дизайна среды**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

 И. А. Федоричева  
29.08. 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
КОНСТРУКЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ**

*Уровень основной образовательной программы – бакалавриат  
Направление подготовки – 54.03.01 Дизайн  
Профиль – Дизайн среды  
Статус дисциплины – вариативная  
Учебный план 2018 года*

**Описание учебной дисциплины по формам обучения**

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля
2	3,4	130/4	70	16	54	60	Диф.зачет (4)	2	3,4	130/4	8	2	6	122		Диф.зачет (4)
3	5,6	122/3	66	16	50	56	Экзамен (6)	3	5,6	122/3	8	2	6	114		Экзамен (6)
<b>Всего</b>		<b>252/7</b>	<b>136</b>	<b>32</b>	<b>104</b>	<b>116</b>		<b>Всего</b>	<b>252/7</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>236</b>			

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП ВО.

Программу разработала  М.В.Свиридова, преподаватель кафедры дизайна среды.

Рассмотрено на заседании кафедры дизайна среды (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ имени М. Матусовского)

Протокол № 1 от 08 2019 г. И.о. зав. кафедрой  И. Н. Губин

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Конструкции и технологии наружной рекламы» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 2,3 курсов (III-VI семестр) направления подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль Дизайн среды ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой дизайна среды.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с умением создавать рекламные конструкции, структурой производства и особенностью технологического процесса основных направлений в сфере рекламы.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекционные, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрен итоговый контроль в форме дифференцированного зачета и экзамена.

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** курса: качественная профессиональная подготовка специалиста, владеющего необходимыми знаниями в области технологий проектирования рекламы и дизайна городской среды, креативно мыслящего, способного осуществлять практическую деятельность в сфере рекламного производства.

**Задачи** дисциплины:

- Изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства в неразрывной связи с проектированием интерьера и экстерьера, и городской среды.
- Комплексное решение функционально-художественные и инженерно-конструктивных задач проектирования несложных средовых объектов и систем.
- Освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции.
- Выполнение графических или макетных работ, связанных с проектированием городских пространств с рекламой, составление и оформление проектной документации.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Конструкции и технологии наружной рекламы» относится к вариативной части. Данному курсу должно сопутствовать изучение дисциплин «Проектирование наружной рекламы», «Объемно пространственная композиция», «Компьютерные технологии в проектировании», «Проектирование интерьера», «Проектирование экстерьера», «Макетирование и моделирование».

Использование междисциплинарных связей обеспечивает преемственность изучения материала, предоставляет обширную теоретическую базу, формирует навыки самостоятельной аналитической работы и составляет теоретический и научно-методологический фундамент последующего изучения, исключает дублирование и позволяет рационально распределить время.

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления 54.03.01 Дизайн.

##### Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК - 10	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК - 11	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

##### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК - 4	способность применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании

##### Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК - 1	способность владеть рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями
ПК - 2	способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи
ПК - 3	способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств
ПК - 6	способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике
ПК - 7	способностью выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале
ПК - 8	способность разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологий изготовления: выполнять технические чертежи, разрабатывать технологическую карту исполнения дизайн-проекта

В результате изучения дисциплины студент должен **знать**:

- основные виды оборудования и средств отделки наружной рекламы;
- существующие виды и направления проектирования интерьеров и экстерьеров с рекламными носителями, соответствующие выбранной теме, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы;
- теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна среды;
- пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в экстерьере и рекламном производстве, возможности их обработки;
- приемы и методы визуализации наружной рекламы, используя компьютерную графику;
- терминологию дизайнера и рекламиста.

**Уметь:**

- креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения для наружной рекламы;

- грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения; комплексно решать функционально-художественные и инженерно-конструктивные задачи проектирования несложных средовых объектов и систем;
- выполнять графические и макетные работы, связанные с проектированием интерьеров зданий и городских пространств с рекламой, составлять и оформлять проектную документацию;
- проектировать все основные виды рекламной продукции;
- профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования;
- применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.);
- работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи;
- обосновывать, отстаивать и защищать проект.

**Владеть:**

- техническими приёмами разработки проектного решения и исполнительским мастерством при проектировании наружной рекламы и городской среды;
- компьютерными технологиями;
- техникой фотографирования и обработки фотоматериалов;
- методикой организации процесса индивидуального и группового проектирования дизайна среды;
- Corel Draw, Adobe Photoshop, Microsoft Word и другие, необходимые для визуализации проекта и создания пояснительной записки.

## 5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов								
	очная форма					заочная форма			
	всего	в том числе				всего	в том числе		
		л	п	инд	с.р.		л	п	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Раздел I</b>									
Тема 1. Наружная реклама как важное направление современной рекламной деятельности.	11	1	4	-	6	7		1	6
Тема 2. История возникновения и развития наружной рекламы.	9	1	2	-	6	3	1		2
Тема 3. Виды стационарной наружной рекламы.	18	2	10	-	6	21		1	20
Тема 4. Цвет, свет и форма в наружной рекламе.	14	2	6	-	6	21		1	20
Тема 5. Транзитная реклама.	12	2	4		6	11		1	10
<b>Всего по I разделу</b>	<b>64</b>	<b>8</b>	<b>26</b>		<b>30</b>	<b>63</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>58</b>
<b>Раздел II</b>									
Тема 6. POS-материалы. Оформление вывесок и витрин.	26	4	12		10	27		1	26
Тема 7. Правовое регулирование наружной рекламы.	16	2	4		10	9	1		8
Тема 8. Материалы для производства наружной рекламы.	24	4	10		10	27		1	26
<b>Всего по II разделу</b>	<b>66</b>	<b>10</b>	<b>26</b>		<b>30</b>	<b>63</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>60</b>
<b>Всего по I и II разделам</b>	<b>130</b>	<b>18</b>	<b>52</b>		<b>60</b>	<b>126</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>118</b>
<b>Раздел III</b>									
Тема 9. Технологии производства наружной рекламы.	32	4	14		14	32	1	1	30
Тема 10. Рекламные конструкции.	30	4	12		14	32		2	30
<b>Всего по III разделу</b>	<b>62</b>	<b>8</b>	<b>26</b>		<b>28</b>	<b>64</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>60</b>

<b>Раздел IV</b>									
Тема 11. Световые технологии в наружной рекламе.	32	4	14		14	30	1	1	28
Тема 12. Нестандартная наружная реклама.	28	2	12		14	32		2	30
<b>Всего по IV разделу</b>	<b>60</b>	<b>6</b>	<b>26</b>		<b>28</b>	<b>62</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>58</b>
<b>Всего по III и IV разделам</b>	<b>122</b>	<b>14</b>	<b>52</b>		<b>56</b>	<b>126</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>118</b>
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>252</b>	<b>32</b>	<b>104</b>		<b>116</b>	<b>252</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>236</b>

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Наружная реклама как важное направление современной рекламной деятельности.** «Широкое» и «узкое» трактование термина «наружная реклама». Профессиональная терминология специалиста по наружной рекламе.

**Тема 2. История возникновения и развития наружной рекламы.** Реклама в античном обществе: граффити, Album, афиша. Предплакатные жанры рекламы западноевропейского средневековья. Появление печатных афиш, развитие вывесочной культуры. Лубочные традиции в российской рекламе. Плакатный бум в России и Западной Европе. Наружная реклама советского времени.

**Тема 3. Виды стационарной наружной рекламы.** Основные виды стационарной наружной рекламы: билборд, брендмауэр, видеозэкран, световая реклама, вывеска, штендер, перетяжка, крышные установки и т.д. Схемы печати. Обозначение сторон. Размерные характеристики.

**Тема 4. Цвет, свет и форма в наружной рекламе.** Психология цвета, света и формы в наружной рекламе. Особенности использования шрифтов: удобочитаемость. Традиции и инновации в наружной рекламе.

**Тема 5. Транзитная реклама.** Транзитная реклама: внутреннее и внешнее размещение. Реклама на движущихся носителях: Сэндвич-мэн, брендовый автомобиль, Promo-мобиль, реклама на самолетах и поездах.

**Тема 6. POS-материалы.** Реклама на местах продаж. Виды POS- материалов. Оформление вывесок и витрин.

**Тема 7. Правовое регулирование наружной рекламы.** ФЗ РФ «О рекламе», ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений», и т.д.

**Тема 8. Материалы для производства наружной рекламы.** Ткань как материал для мобильного стенда. Синтетические материалы для мобильных стендов. Оптическое волокно. Металлы. Пластики. Акриловый пластик.

**Тема 9. Технологии производства наружной рекламы.** Основные технологии изготовления рекламных изображений: бумажные постеры, реклама на полимерных тканях и пленках, виниловая аппликация. Широкоформатная печать.

**Тема 10. Рекламные конструкции.** Билборды (стандартные уличные щиты), брендмауэры, сити-формат, транспаранты-растяжки (перетяжки), суперсайты, крышные установки, панель-кронштейны, призматроны, уличные рекламные конструкции, световая реклама, электронные табло и экраны, указатели, вывески, витрины, штендеры. Мобильные выставочные конструкции: Pop-up (зонтик), Foldable (ширма), мобильные стенды роллерного и «баннерного» типа.

**Тема 11. Световые технологии в наружной рекламе.** Светодиодные и плазменные видеозэкраны и TV-панели. Динамическое архитектурное освещение. Гибкий световой шнур «Дюралайт». «Белтайт» (гирлянда с цветными лампочками). Осветительная система «Клиплайт». «Плейлайт» (световой дождь). Электролюминисцентные изделия. Технология Luminex.

**Тема 12. Нестандартная наружная реклама.** AmbientMedia. Нестандартные рекламные конструкции. Тизерная реклама. Голограмма. Интерактивные проекции Eyelik. Мультипликация в рекламе.

## 7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям, изучение дополнительных разделов дисциплины, подготовку к экзамену. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов, индивидуальных упражнений.

**СР включает следующие виды работ:**

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки практической работы по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к экзамену.

### 7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

**Тема 1. Наружная реклама как важное направление современной рекламной деятельности.**

1. Цели и функции наружной рекламы.
2. Виды наружной рекламы.
3. Профессиональная терминология специалиста по наружной рекламе.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Закрепить теоретические знания, полученные на лекциях.
3. Проанализировать виды наружной рекламы.

*Литература:* [\[1\]](#); [3](#); [12\]](#)

**Тема 2. История возникновения и развития наружной рекламы.**

1. Реклама в античном обществе.
2. Появление печатных афиш, развитие вывесочной культуры.
3. Плакатный бум в России и Западной Европе.
4. Наружная реклама советского времени.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.

*Литература:* [\[1\]](#); [2](#); [12\]](#)

**Тема 3. Виды стационарной наружной рекламы.**

1. Рекламные плоские щитовые конструкции.
2. Крупноформатная реклама на фасадах.
3. Средний формат рекламы.
4. Малый формат рекламы.



*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разработать креативный рекламный носитель.

*Литература:* [[1](#); [2](#); [3](#); [12](#)]

#### **Тема 4. Цвет, свет и форма в наружной рекламе.**

1. Психология цвета в наружной рекламе.
2. Форма наружной рекламы.
3. Особенности использования шрифтов в наружной рекламе.
4. Освещение рекламных конструкций.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.

*Литература:* [[3](#); [4](#); [8](#); [12](#)]

#### **Тема 5. Транзитная реклама.**

1. Транзитная реклама: внутреннее и внешнее размещение.
2. Реклама на движущихся носителях: Сэндвич-мэн, брендовый автомобиль, Промо-мобиль, реклама на самолетах и поездах.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.

*Литература:* [[3](#); [4](#); [8](#); [12](#)]

#### **Тема 6. POS-материалы.**

1. Реклама на местах продаж.
2. Виды POS- материалов.
3. Оформление вывесок и витрин.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разработать вывеску или витрину.

*Литература:* [[3](#); [4](#); [8](#); [12](#); [13](#)]

#### **Тема 7. Правовое регулирование наружной рекламы.**

1. Рассмотреть законы о наружной рекламе.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.

*Литература:* [[11](#); [12](#)]

#### **Тема 8. Материалы для производства наружной рекламы.**

1. Ткань как материал для мобильного стенда.
2. Синтетические материалы для мобильных стендов.
3. Оптическое волокно. Металлы. Пластики. Акриловый пластик.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.

*Литература:* [6; 7; 9; 12; 13]

### **Тема 9. Технологии производства наружной рекламы.**

1. Основные технологии изготовления рекламных изображений: бумажные постеры, реклама на полимерных тканях и пленках, виниловая аппликация.
2. Широкоформатная печать.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.

*Литература:* [6; 7; 9; 12; 13]

### **Тема 10. Рекламные конструкции.**

1. Суперсайты, биллборды (стандартные уличные щиты), брендмауэры, сити-формат.
2. Транспаранты-растяжки (перетяжки).
3. Крышные установки, панель-кронштейны.
4. Призматроны, уличные рекламные конструкции.
5. Световая реклама, электронные табло и экраны.
6. Указатели, вывески, витрины, штендеры.
7. Мобильные выставочные конструкции: Pop-up (зонтик), Foldable (ширма), мобильные стенды роллерного и «баннерного» типа.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разработать креативный рекламный носитель.

*Литература:* [3; 4; 5; 12; 13]

### **Тема 11. Световые технологии в наружной рекламе.**

1. Светодиодные и плазменные видеоскрены и TV-панели.
2. Динамическое архитектурное освещение.
3. Гибкий световой шнур «Дюралайт». «Белтайт» (гирлянда с цветными лампочками). Осветительная система «Клиплайт». «Плейлайт» (световой дождь).
4. Электр люминисцентные изделия.
5. Технология Luminex.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Разработать креативную наружную рекламу, используя световые технологии.

*Литература:* [3; 10; 12; 13]

### **Тема 12. Нестандартная наружная реклама.**

1. AmbientMedia. Нестандартные рекламные конструкции.
2. Тизерная реклама.
3. Голограмма.
4. Интерактивные проекции Euelik.
5. Мультипликация в рекламе.

*Выполнить:*

1. Изучить основную литературу по теме.
2. Реферат.

*Литература:* [[3](#); [10](#); [12](#); [13](#)]

## **7.2 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ И ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ**

1. Основные этапы исторического развития наружной рекламы в России и странах Запада.
2. Основные виды стационарной наружной рекламы. Формат.
3. Особенности психологического восприятия наружной рекламы.
4. Транзитная реклама. Реклама на движущихся носителях.
5. Специфика рекламы на местах продаж. Виды POS-материалов.
6. Особенности макетирования и «привязки» наружной рекламы к месту установки.
7. Особенности правового регулирования сферы наружной рекламы.
8. Технологии изготовления наружной рекламы, используемые материалы.
9. Нестандартные рекламоносители.
10. Творческие приемы создания наружной рекламы.
11. Субъективные и интуитивные методы планирования рекламной деятельности.
12. Задачи и общая характеристика наружной рекламы в России.
13. Программные средства для макетирования.
14. Современные тенденции в рекламе.
15. Макет и его разновидности.
16. Требования, предъявляемые к наружной рекламе.
17. Достоинства наружной рекламы, её особенности.
18. В чем заключаются особенности наружной рекламы.
19. Стелы. Пилоны. Описание данных рекламных конструкций.
20. Крышные установки. Описание данных рекламных конструкций.
21. Стенды. Штендеры. Щиты. Описание данных рекламных конструкций.
22. Объемные буквы. Описание данных рекламных конструкций.
23. Указатели. Перетяжки. Описание данных рекламных конструкций.
24. Эффективные способы работы наружной рекламы.
25. Правила успешности наружной рекламы.
26. Классификация рекламных средств. Рекламные элементы. Нерекламные элементы
27. Требования, предъявляемые к наружной рекламе.
28. Достоинства и недостатки наружной рекламы.
29. Фирменный стиль как совокупность постоянных изобразительных, визуальных, информационных средств.
30. В чем заключается комплексное оформление фасада.
31. Изобразительные, визуальные, информационные средства при оформлении витрин.
32. Оборудование для изготовления наружной рекламы.
33. Технология изготовления наклейки букв из пленки Oracal.
34. Виды широкоформатной печати.
35. Плоттер: виды, тип разрешения.
36. Банерная сетка, её разновидности и применение.
37. Виды нестандартной рекламы.
38. Применение интерьерной рекламы.
39. Недостатки в наружной рекламе и способы их устранения.

## 8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Конструкции и технологии наружной рекламы» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, практических занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

## 9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач
хорошо (4)		Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)		Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	незачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

## 10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

1. [Полукаров В. Л. Основы рекламы : учебник.— М.: Дашков и К, 2004. — 201 с.](#)
2. [Карась Н. М. Увлекательный мир московской рекламы XIX - начала XX века / авт.-сост. — М. : Музей истории города Москвы, 1996. — 71 с.](#)
3. [Курушин В. Д. Дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — М. : ДМК Пресс, 2006. — 272 с.](#)
4. [Пронин С. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. — М. : \[б. и.\], 2003. — 96 с.](#)
5. [Аббасов И. Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3 : учебн. пособие / И. Б. Аббасов. — М. : ДМК Пресс, 2008. — 224 с.](#)
6. [Иванова Т. Допечатная подготовка : учебный курс / Т. Иванова. — СПб. : Питер, 2004. — 304 с.](#)
7. [Никулина И. А. Верстка, дизайн и допечатная подготовка в полиграфическом процессе : учебник. — Краснодар : Кубанский гос. ун-т, 2010. — 236 с.](#)
8. [Смикиклас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. — СПб : Питер, 2014. — 152 с.](#)
9. [Толивер-Нигро Х. Технологии печати : учеб. пособие для вузов. — М. : ПРИНТ-МЕДИА центр, 2006. — 232 с.](#)
10. [Бердышев С. Н. Организация выставочной деятельности : учеб. пособие для вузов. — М. : Дашков и К, 2008. — 288 с.](#)
11. [Закон "О внесении изменений в статьи 19 и 20 Закона Луганской Народной Республики "О рекламе": от 06.08.2018 № 246-П. — Луганск : \[б. и.\], 2018. — 2 с.](#)
12. [Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама: практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2010. – 132 с.](#)
13. [М. Б. Щепакин, В. И. Петровский, И. Фролов и др. Разработка и технологии производства в рекламе. — М. : Изд-во МИР, 2001. — 272 с.](#)

### Дополнительная:

1. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии. М: Магистр,2015.
2. Васильев В.А., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции. М., 2010.
3. Антипов К.В. Основы рекламы. М., 2010.
4. Лоренц Я., Сколник Л., Бергер К. Дизайн выставки: практическое руководство. М., 2008.
5. Овчинникова Н.Н. Рекламное дело. М., 2010.