

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный университет»
Факультет культуры и искусства
Кафедра дизайна и искусства интерьера

А. И. Рощупкин

Методические указания
для подготовки к практическим (семинарским) занятиям
и организации самостоятельной работы студентов
по дисциплине «Плакатная графика»
по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн»
профиль «Дизайн графический» всех форм обучения

Ульяновск, 2019

Рекомендованы к введению в образовательный процесс Ученым советом Факультета культуры и искусства УлГУ (протокол № 13/205 от 20.06.2019 г.)

Методические рекомендации по дисциплине «Плакатная графика» / составитель А. И. Рощупкин. - Ульяновск: УлГУ, 2019, -17с.

Методические указания для подготовки к практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Плакатная графика». Предназначено для обучающихся по направлению 54.03.01. «Дизайн», профиль «Дизайн графический» всех форм обучения.

© Ульяновский государственный университет, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ	9
3.	ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ	13
4.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ К ЗАЧЕТУ	13
5.	ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	14
6.	СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТО- ЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ	17

1. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Особенности развития плаката как жанра проектного творчества в XX веке

1.1. Формообразование плаката в рамках основных художественных концепций искусства XX века

Плакат – традиционный жанр графического дизайна, решающий коммуникативные задачи в современном обществе. Эволюции терминов «плакат», «постер», «принт». Период формирования плаката как средства графической коммуникации в период со второй половины XIX в. до начала XX в. История плаката в контексте основных тенденций, развитие под влиянием искусства, актуального в соответствующий период времени. Родина плаката - Франция. Достижения первых мастеров-функционалистов. Новые тенденции развития плаката были заложены П. Беренсом. Кульминация функционального понимания плакатной формы относится к деятельности мастеров школы Баухауз. В ней были разработаны основы нового визуального языка, составившие фундамент для развития современного европейского плаката.

Дальнейшее развитие полиграфических технологий и фототехники. Фотомонтаж и коллаж с использованием геометрически выверенных визуальных конструкций стали использоваться в создании плаката так же, как и традиционные живописные и графические художественные средства.

Благодаря распространению офсетной печати во второй половине XX в., плакат издается огромными тиражами и становится одним из самых популярных видов графического искусства, организуются международные конкурсы и выставки плаката. В среде профессионалов осознается специфика образного языка этого вида творчества, для которого характерными являются строгий отбор выразительных средств, синтез вербального и визуального начал в раскрытии содержания.

В плакате отражается дух времени, также как в произведении искусства. Именно в плакате наиболее явно видна взаимосвязь живописи, графики, фотографии и типографики, возможно, поэтому плакат рассматривается некоторыми исследователями как вид изобразительного искусства. Особенно близок к искусству авторский плакат, который служит в первую очередь личному самовыражению мастера.

1.2. Развитие коммуникативных возможностей плаката в контексте современной информационной среды

Благодаря конкурсам и выставкам, среди которых самой значительной была Международная биеннале плаката в Варшаве, стало более заметным своеобразие национальных школ, среди них многие исследователи выделяют французскую, польскую и

швейцарскую. Во второй половине XX в. постепенно формируется интернациональный визуально-графический язык.

В разнообразных по тематическому содержанию произведениях плакатной графики определяются два полюса: шрифтовой плакат и образный плакат, а между ними всё многообразие плакатных композиций. Плакат в качестве средства графической коммуникации проник во все сферы общественной жизни. Тематическое содержание плакатов можно условно разделить на три группы: 1. Идеология и политика; 2. Культура и искусство, образование и наука; 3. Промышленное производство и потребление.

1.3. Эволюция стандартов и унификация плакатных форматов на рубеже XX – XXI веков

В разных странах Европы в связи с использованием различных типографских систем измерения для печатания плакатов использовались разные форматы бумаги, на них устанавливались национальные стандарты. Гармоничные отношения сторон плакатного листа влияют на гармонию композиции, создаваемую дизайнером: одним из самых распространенных форматов является формат с отношением сторон 2 : 3. Плакатный лист любого формата требует надежного материального основания для своей экспозиции.

Носители рекламной информации в урбанистической среде Европы прошли долгий путь развития. В конце XIX – первой половине XX вв. это были плоские щиты или цилиндрические тумбы, на которые наклеивались плакатные листы. Щиты для расклейки плакатов иногда крепились к стенам жилых зданий или других сооружений, это были и отдельно стоящие щиты для наклейки нескольких плакатов разной тематики, подобные рекламные носители используются и в настоящее время.

В 1972 г. во Франции появилась первая уличная информационная панель с подсветкой, а через год была основана фирма по производству и эксплуатации установок для наружной рекламы. От рекламного носителя во многом зависит визуальное восприятие сообщения. Специфика визуального и вербального высказывания в плакате определяется основной функцией плаката – коммуникативной функцией, и порождается требованиями эффективной графической коммуникации в условиях современной урбанистической среды, характеризующейся кратчайшим временем, необходимым для восприятия, усвоения и запоминания информации.

Раздел 2. Плакат в контексте современной массовой культуры

2.1. Плакат как канал социокультурной коммуникации

Известно, что массовая культура формируется в урбанистической среде под влиянием СМИ. Жители больших городов часто ощущают враждебность окружающей среды — урбанизм способствует интенсивному развитию множества субкультур со своей

поэзией, модой в одежде, музыкой и графикой. Граффити — одна из наиболее ярких визуальных составляющих. Как способ общения, она сохраняет на протяжении десятков лет свою самобытность и имеет множество стилевых направлений, оказывая влияние на дизайн одежды и графику. Современный плакат во всех своих проявлениях — информационный элемент городской среды.

Экспрессивная «уличная каллиграфия», изображения характерных персонажей, нарисованных будто бы неумелой рукой — создают особый дух неформального общения, привычного для представителей субкультурных сообществ. Создание таких шрифтовых элементов требует от дизайнера высокой графической культуры и особенного профессионального мастерства, ведь хорошо известно — чтобы нарушать правила, надо их знать. Для решения сложных коммуникативных задач дизайнер должен понимать, что массовая культура — это игра стереотипами массового сознания, стереотипами знаковых систем, и плакат участвует в этом процессе. Язык современного плаката понятен людям разных этнокультурных сообществ, плакат — важное звено интернациональной и межкультурной коммуникации в условиях урбанистической среды.

2.2. Эволюция плаката в условиях интеграции графического дизайна и рекламы

Традиционная плакатная форма под натиском Интернет-рекламы и динамичных телевизионных рекламных роликов претерпевает существенные изменения — дизайнеры активно ищут инновационные художественные приемы и решения.

Один и тот же яркий плакатный образ с вариациями цвета и графических элементов может использоваться не только в плакатах традиционного размера, но и на самых разных крупноформатных носителях наружной рекламы, кроме этого — на футболках, рекламных пакетах, маленьких наклейках, рекламных открытках и других «малых носителях» рекламной информации, а также на рекламных баннерах в виртуальной среде, что оказывает более сильное воздействие на потребителя, делая процесс коммуникации более многоплановым и эффективным.

Раздел 3. Новейшие тенденции и концепции развития плаката в практике проектирования

3.1. Плакат как художественно-коммуникативный феномен в электронной среде

Сегодня электронные носители, цифровые медиа и Интернет стали реальностью нашей жизни. Канадский ученый М. Маклюэн обобщил все одной фразой, ставшей афоризмом: «Медиа — это и есть информация». Основная идея этого высказывания заключается в следующем: если проследить всю долгую историю человечества, то

окажется, что настоящую ценность будет иметь не столько та информация, которая передавалась в разные эпохи, но в большей степени те способы и инструменты, при помощи которых эта информация передавалась, а также потенциал для создания новых способов передачи.

Цель активно развивающихся Интернет-технологий и веб дизайна соотносится с главной целью плакатного искусства, это — графическая коммуникация и общение. Возможно поэтому прослеживается влияние традиций плаката на выразительные средства рекламных сообщений в электронной среде. Одновременно с появлением Интернета, который делается все более доступным, появилась и Интернет-реклама в виртуальной среде, не имеющей географических границ. Это событие обычно относят к 1994 г., когда пользователи увидели первый рекламный баннер — интерактивную зону на веб-странице.

Выразительная плакатная форма с успехом используется в Интернет-рекламе: образность, яркость, шрифтовая графика и визуальная конструкция, дополненные динамикой, привлекают внимание пользователя к баннеру и побуждают к действию.

Сегодня все чаще применяется рекламный ход с использованием одного визуального высказывания на разных рекламных носителях: и на плакатах, и на баннерах, поэтому можно говорить о взаимодействии традиционных средств рекламы (плакат) и средств Интернет-рекламы (баннер).

3.2. Технологические инновации в проектировании и экспонировании плакатов на современном этапе

Известный экономист Г. Саймон в своих исследованиях пришел к важному выводу, что в наше время особую ценность имеет внимание человека, а не сама информация.

Именно человеческое внимание является наибольшей ценностью для рекламистов и рекламодателей. В наше время информационный взрыв, развитие информационных технологий и электронных СМИ (телевидение и др.) ведут к увеличению количества рекламной продукции и печатной рекламы, в том числе плакатов.

Компьютерные технологии распространились на самые различные сферы деятельности общества, особенно их влияние ощущается в полиграфии. Для дизайнера-графика персональный компьютер — универсальный инструмент.

Плакатная форма эволюционирует не только под влиянием электронных средств массовой информации, но и под влиянием новейших технологий, участвующих в создании

плаката. В связи с этим мы можем расширительно использовать термин «плакат», обозначая им инновационные формы носителей рекламной информации в реальной (а не в виртуальной) среде, обладающих эффективным коммуникативным воздействием.

3.3. Многообразие выразительных приемов и психология визуального восприятия плаката

Специфика визуального и вербального высказывания в плакате порождается требованиями эффективной графической коммуникации и характеризуется кратчайшим временем, необходимым для восприятия, усвоения и запоминания информации. В плакате вербальная составляющая не менее важна, чем визуальная, разные уровни восприятия знаков требуют учета различных визуальных факторов для передачи различных видов информации — еще на стадии творческого замысла необходимо учитывать точку остановки глаза в процессе визуального восприятия важных элементов сообщения, которые необходимо располагать в зоне повышенного внимания, — необходимо выбрать оптимальное место для достижения максимального эффекта. Психология визуального восприятия развивалась на протяжении прошлого века и дала дизайнерам прочное основание для профессиональной деятельности.

Одним из новых методов является метод визуального высказывания, названный нами методом суггестивной визуализации. В отличие от плакатов, привлекающих внимание к содержанию способами, ставшими традиционными, чаще обращенными к человеческим чувствам, плакат, созданный методом суггестивной визуализации, является как бы интеллектуальным ребусом, головоломкой, которую надо разгадать. После разгадки такого ребуса остаются глубокие впечатления, так как зритель, имея врожденный инстинкт познания мира, был участником процесса восприятия и запоминания информации в соответствии со сценарием, «написанным» дизайнером.

Другая тенденция в решении профессиональных проблем, связанных с привлечением внимания к плакату, наметившаяся в последние годы в дизайн-практике — уход от шаблонов компьютерной графики, ностальгия по легкому рисунку пером, каллиграфии, использованию старых шрифтовых форм и даже возврат к почти забытой иллюстративности, которые приносят в плакат душевную ноту и этим привлекают внимание и запоминаются.

3.4. Формообразование в плакате конца XX – начала XXI века: художественные концепции ведущих школ и направлений

В современном искусстве плаката отражается все многообразие художественных концепций, развивающихся в контексте культуры постмодерна. Новая волна графического дизайна, зародившаяся в Швейцарии в начале 1970-х гг., интенсивно развивалась на протяжении двух десятилетий. В это время произошли коренные перемены в творческом сознании мастеров, был значительно обогащен их творческий инструментарий, расширены представления о новых технологиях и медиа-инструментах. Работы этого

периода характеризуется «слоистой» образностью, эффектами коллажа, метафоричностью, а также ассимиляцией образов повседневной массовой культуры.

В современном плакате шкала выразительных средств очень велика: неординарные сочетания и точный отбор графических элементов, игры с пространством и визуальный радикализм, выражение актуального содержания с максимальным эффектом, использование стереотипных графических знаков для передачи новых смыслов, фотоизображения и визуальные символы в многоплановых сложных композициях, декоративный рисунок в сочетании с векторной графикой, оптические эффекты и авторский образный шрифт. Произведения, созданные за последние два десятилетия, принадлежат эпохе технологического прорыва. Применительно к этим плакатам привычные обобщения и классификации оказываются малоэффективными, исследователь сталкивается с определенными затруднениями в связи с отсутствием устоявшегося словаря критических терминов и понятий. Язык плаката понятен людям разных этнокультурных традиций, плакат служит важным звеном в интернациональной и межкультурной коммуникации.

2. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Особенности развития плаката как жанра проектного творчества в XX веке

1.1. Формообразование плаката в рамках основных художественных концепций искусства XX века

Занятие 1 Форма проведения – семинар

Занятия 2 Форма проведения практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Творчество А.Мухи, Э. Грассе, Ж. Шере, А. Тулуз-Лотрека, Т. Стейнлена.
2. Творчество мастеров Баухауза: Вальтер Гропиус, Герберт Байер, Ласло Мохой-Надь, Оскар Шлеммер, Петер Беренс.
3. Выполнение копии плаката одного из мастеров прошлого

1.2. Развитие коммуникативных возможностей плаката в контексте современной информационной среды

Занятия 3,4 Форма проведения – семинар

Вопросы к теме:

1. Условия формирования полькой школы плаката. Особенности выразительного

языка. Генрих Томашевский, Ян Леница, Францишек Старовойский, Виктор Садовский

2. Характерные черты типографики швейцарской школы: Йозеф Мюллер-Брокман.

Эрнст Келлер, Макс Билл, Тео Бальмер

3. Эмиль Рудер. Вклад в типографику и графический дизайн.

4. Японская школа плаката. Особенности визуальной коммуникации, отличие от западных школ. Икко Танака, Казумаса Нагаи, Юсаку Камекура, Шигео (Сигэо) Фукуда

1.3. Эволюция стандартов и унификация плакатных форматов на рубеже XX – XXI веков

Занятия 5,6 Форма проведения – практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Основные требования к содержанию плаката
2. Требования к тексту плаката
3. Требования к композиции плаката
4. Требования к изображению плаката
5. Требования к образу
6. Требования к шрифту плаката
7. Цветовое решение плаката
8. Понятие и функции слогана.
9. Методика написания слоганов.
10. Слоганы в практике рекламной деятельности
11. Создание серии театральных афиш

Раздел 2. Плакат в контексте современной массовой культуры

2.1 Плакат как канал социокультурной коммуникации

Занятия 7,8 Форма проведения – практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Актуальность сообщения
2. Адресность
3. Выраженность основной идеи
4. Убедительность содержания
5. Доходчивость формы изложения
6. Выразительность формы изложения и изображения
7. Современность и профессиональность образного решения

8. Оригинальность решения темы
9. Наглядность знаковых элементов
10. Создание социального плаката актуальной тематики

2.2 Эволюция плаката в условиях интеграции графического дизайна и рекламы

Занятия 9,10 Форма проведения – семинар

Вопросы к теме:

1. Определение целей коммуникации.
2. Постановка общих и частных целей коммуникации.
3. Эффекты коммуникации как ответная реакция потребителя.
4. Понятия креатив и креативность.
5. Виды креатива и гениальная творческая идея.
6. Анализ проблематики рекламного творчества.
7. Бриф и перечень основных элементов, входящих в него.

Раздел 3. Новейшие тенденции и концепции развития плаката в практике проектирования

3.1 Плакат как художественно-коммуникативный феномен в электронной среде

Занятия 11,12 Форма проведения – семинар

Занятия 13,14 форма проведения – практическое занятие

Вопросы к теме:

- 1.Создание телевизионной рекламы и кинорекламы.
- 2.Производство рекламного продукта для сети Интернет.
3. Основные конкурсы по креативу рекламных произведений
4. Просмотр рекламных роликов Международного фестиваля рекламы «Каннские львы».
5. Создание эскиза баннера на сайт

3.2Технологические инновации в проектировании и экспонировании плакатов на современном этапе

Занятия 15,16 Форма проведения – практическое занятие

Адаптация визуального высказывания к разным рекламным носителям:

- 1.Биллборд (3 x 6);
- 2.Призмавижн;
- 3.Рекламные тумбы;

- 4.Реклама на остановочных комплексах;
- 5.Световые короба на опорах контактной сети;
- 6.Крышные установки;
- 7.Брандмауэр;
8. Электронный экран;
9. Реклама на транспорте;
10. Растяжки (транспаранты);
- 11.Оригинальные конструкции, вывески;
12. Суперсайты

3.3. Многообразие выразительных приемов и психология визуального восприятия плаката

Занятия 17,18 Форма проведения – семинар

Занятия 19,20 Форма проведения – практическое занятие

Вопросы к теме:

1. Реклама и искусство.
2. Креатив и роль крейтора в рекламном творчестве.
3. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе.
4. Творческая стратегия рекламы и ее компоненты.
5. Нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения.
6. Юмор в рекламе и активизация позитивных эмоций у потребителя.
7. Теория и практика фоторекламы.
8. Создание плаката применением возможностей фотографии

3.4. Формообразование в плакате конца XX – начала XXI века: художественные концепции ведущих школ и направлений

Занятия 21,22 Форма проведения – семинар

Вопросы к теме:

1. Творчество художников: Ф. Апелуог, К. Виндлин, М. Вудтли, К. Заск, М. Имбоден, Ж.-Б. Леви, А. Ленц, С. Скотт, Л. Сонноли, Н. Трокслер, Р. Шрайфогель.

3. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Темы учебно-творческих работ:

- 1.Выполнение копии плаката одного из мастеров прошлого
- 2.Создание серии театральных афиш
- 3.Создание социального плаката актуальной тематики
- 4.Создание эскиза баннера на сайт
- 5.Адаптация визуального высказывания к разным рекламным носителям
- 6.Создание плаката применением возможностей фотографии

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ К ЗАЧЕТУ

Формой зачета по дисциплине «Плакатная графика» является просмотр учебно-творческих работ на семестровых выставках. Зачетный просмотр осуществляется преподавателями кафедры. Практические задания, выполняемые в течение семестра, рассматриваются в качестве итоговых результатов, засчитываются, как общий результат (экзаменационная оценка/зачет) и выставляются в ведомость одним из преподавателей, ведущим дисциплину. Форма проведения – экспозиция (выставка), в рамках которой студент представляет все оформленные работы, выполненные им в различных материалах и техниках за учебный семестр. Коллектив преподавателей кафедры обсуждают выставленные работы, оценивают, выносят необходимые рекомендации по совершенствованию учебного процесса. Оформление и подача работ, участие в обсуждениях – эффективный инструмент подготовки студентов к практической профессиональной деятельности.

Цель просмотра: эффективный обмен методическим и творческим опытом между студентами и преподавателями.

Задачи: оценка представленных учебно-творческих работ; обсуждение качества выполнения заданий и их соответствие программным установкам и требованиям на каждом этапе обучения; отбор работ для комплектования методического фонда кафедры и участия в предстоящих выставках, конкурсах; подготовка рекомендаций о корректировке учебного процесса на основе анализа представленных работ, включая методические рекомендации.

Организация и проведение просмотра осуществляется выпускающей кафедрой. Форма проведения требует времени на оформление и развеску работ, которые рекомендуется проводить вечером накануне просмотра. При необходимости конкретные места развески работ согласуются с кураторами групп, а оформление работ – с

преподавателями, ведущими в группах соответствующие дисциплины. Работы студентов не оформленные, не представленные в срок или представленные не в полном объеме – не могут получить положительную оценку. По окончании просмотра до сведения студентов доводятся его результаты, фиксируемые одновременно в экзаменационной или зачетной ведомостях.

Перечень учебно-творческих работ:

1. Выполнение копии плаката одного из мастеров прошлого
2. Создание серии театральные афиш
3. Создание социального плаката актуальной тематики
4. Создание эскиза баннера на сайт
5. Адаптация визуального высказывания к разным рекламным носителям
6. Создание плаката применением возможностей фотографии

5.ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа обучающихся (далее СРО) в ВУЗе является неотъемлемой частью образовательного процесса и рассматривается как организационная форма обучения или система педагогических условий, обеспечивающая управление учебной деятельностью обучающихся, а также деятельность обучающихся по освоению знаний, умений и навыков учебной и научной деятельности (с участием и без участия в этом процесс педагогических работников.

Целью самостоятельной работы обучающихся является систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся, углубление и расширение теоретических знаний; формирование использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу; развитие познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности; приобретение навыков решения практических задач в сфере профессиональной деятельности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации; развития исследовательских умений.

Контроль самостоятельной работы обучающихся – это комплекс мероприятий, включающий анализ и оценку самостоятельной работы обучающихся в ходе освоения ими учебной дисциплины (модуля), прохождения практики. Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм: самоконтроль и

самооценка обучающегося; контроль и оценка со стороны преподавателя. Контроль самостоятельной работы со стороны преподавателя может осуществляться как на аудиторных занятиях, так и в рамках индивидуальной работы с обучающимися в различных формах

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)
Раздел 1. Особенности развития плаката как жанра проектного творчества в XX веке	
1.1. Формообразование плаката в рамках основных художественных концепций искусства XX века	проработка учебного материала, выполнение учебно-творческой работы, подготовка к сдаче зачета
1.2. Развитие коммуникативных возможностей плаката в контексте современной информационной среды	проработка учебного материала, подготовка к сдаче зачета
1.3. Эволюция стандартов и унификация плакатных форматов на рубеже XX – XXI веков	проработка учебного материала, выполнение учебно-творческой работы, подготовка к сдаче зачета
Раздел 2. Плакат в контексте современной массовой культуры	
2.1. Плакат как канал социокультурной коммуникации	проработка учебного материала, выполнение учебно-творческой работы, подготовка к сдаче зачета
2.2. Эволюция плаката в условиях интеграции графического дизайна и рекламы	проработка учебного материала, подготовка к сдаче зачета
Раздел 3. Новейшие тенденции и концепции развития плаката в практике проектирования	
3.1. Плакат как художественно-коммуникативный феномен в электронной среде	проработка учебного материала, выполнение учебно-творческой работы, подготовка к сдаче зачета
3.2. Технологические инновации в проектировании и экспонировании	проработка учебного материала, выполнение учебно-творческой работы, подготовка к сдаче за-

плакатов на современном этапе	чета
3.3. Многообразие выразительных приемов и психология визуального восприятия плаката	проработка учебного материала, выполнение учебно-творческой работы, подготовка к сдаче зачета
3.4. Формообразование в плакате конца XX – начала XXI века: художественные концепции ведущих школ и направлений	проработка учебного материала, подготовка к сдаче зачета

7. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

основная

1. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учебное пособие для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры. — 116 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-11142-2 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8154-0407-6 (Кемеровский государственный институт культуры). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/444536>
2. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-4487-0267-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html>

дополнительная

1. Гражданская война в образах визуальной пропаганды : словарь-справочник / отв. ред. Е. А. Орех; С.-Петербург. гос. ун-т. - Санкт-Петербург : Скифия-принт, 2018. - 175 с. : ил. - (Гражданская война в России). - ISBN 978-5-98620-332-4 (в пер.).
2. "Пятнами красок, звоном лозунгов...". Книжно-плакатное творчество Маяковского : сб. ст. / сост. В. Н. Терехина ; ИМЛИ РАН им. А.М. Горького. - Москва ; Санкт-Петербург : Нестор-История, 2016. - Прил.: Докум. описание "Окон РОСТА", с. 287-399. - ISBN 978-5-4469-0829-2 (В пер.).