ВВЕДЕНИЕ...4

Глава I.

ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННОЙ ПРОЕКТНОЙ СИТУАЦИИ И МЕТОДОВ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РОССИИ

1.1. Современная проектная ситуация в российских визуальных коммуникациях...28

1.2. Особенности художественно-проектных методов дизайн-графики

на современном этапе...37

1.3. Взаимосвязь моделей маркетинга с проектированием художественных

рекламных коммуникаций...54

Глава II.

МЕТОДИКА

СРАВНИТЕЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ПРОДУКТОВ ДИЗАЙН-ГРАФИКИ

2.1. Определение региональных и типологических

особенностей объектов исследования...79

2.2. Обоснование метода и структуры эстетического анализа этнокультурной идентификации

графического дизайн-продукта...86

Глава III.

ЭСТЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОЙ ДИЗАЙН-ГРАФИКИ

3.1. Особенности проектирования этикетки и упаковки...102

3.2. Характерные отличия рекламно-информационного сообщения

в листовой печатной рекламе...104

3.3. Региональные свойства дизайн-оформления периодических

и рекламных изданий...106

3.4. Особенности регионального проектирования торговой марки

и фирменного знака...108

3.5. Этнокультурная идентификация визуальных коммуникаций

в городской среде...111

ЗАКЛЮЧЕНИЕ...123

ПРИМЕЧАНИЯ...137

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ...143

СПИСОК ИЛЛЮСТРАЦИЙ...156