

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор
з науково-методичної та навчальної
роботи

“ _____ О.Б. Жильцов
_____ 2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПРОЕКТУВАННЯ РЕКЛАМНИХ ОБ’ЄКТІВ

Для студентів
спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми 022.00.01 «Графічний дизайн»



Київ - 2023

Розробник:

Єфімов Юрій Володимирович, старший викладач кафедри дизайну Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Єфімов Юрій Володимирович, старший викладач кафедри дизайну Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 5 від «24» серпня 2023 року

Завідувач кафедри дизайну



Ю.В. Романенкова

(підпис)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.01.01 «Графічний дизайн».

«24» серпня 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми
022.00.02 «Графічний дизайн» О.В. Кардаш

Заступник декана

з науково-методичної та навчальної роботи

А.О. Таранник

Пролонговано:



На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
(підпис) (ПБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
(підпис) (ПБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
(підпис) (ПБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
(підпис) (ПБ)

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристики дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	8/240	
Курс	3	3
Семестр	5, 6	5, 6
Кількість змістових модулів з розподілом	2	1
Обсяг кредитів	5	5
Обсяг годин, в тому числі	150	150
<i>Аудиторні</i>	108	20
<i>Модульний контроль</i>	10	
<i>Семестровий контроль</i>	30	
<i>Самостійна робота</i>	2	150
Форма семестрового контролю	екзамен	екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Проектування рекламних об'єктів» є підготовка графічного дизайнера з високим рівнем майстерності, формування гармонійно розвинутого спеціаліста для самостійного творчого вирішення будь-яких завдань дизайнерської діяльності.

Предметом вивчення курсу є професійна підготовка макетів будь якої складності до друку, на прикладі рекламних носіїв – брошури, єврофлаєра, білборда (рекламного щита англ. billboard) з використанням створеного логотипу (корпоративного стилю) як графічної складової у рекламі товарів чи послуг.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- набуття практичних навичок у дизайні рекламних об'єктів, їх фахова підготовка до друку;
- формування вміння застосовувати теоретичні знання з історії дизайну та мистецьких стилів у практичній роботі;
- ознайомлення із засобами та художніми прийомами створення рекламного дизайн-об'єкту;
- вдосконалення вмінь роботи із різноманітними шрифтами, відповідно до обраного виду рекламної продукції;
- формування аналітичних вмінь у вивченні аналогів;
- розвиток професійного критичного мислення майбутніх фахівців графічного дизайну;
- усвідомлення зв'язку між вибором графічного зображення і напрямом діяльності компанії, для якої створюється рекламна продукція.

Під час лабораторних занять та самостійної роботи відповідно профілю програми бакалавра дизайну формуються **загальні** та **фахові** компетентності.

Загальні компетентності:

ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність працювати в команді, але вміти доводити власну думку.

ЗК 6. Здатність забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 9. Здатність зберігати та примножувати культурномистецькі, екологічні, моральні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, техніки і технологій.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 1. Здатність застосовувати сучасні методики проектування одиничних та комплексних об'єктів реклами.

СК 2. Здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання рекламних об'єктів.

СК 3. Здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну.

СК 4. Здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності.

СК 6. Здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних програмах комп'ютерної графіки.

СК 7. Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.

СК 8. Здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайну об'єкта.

СК 11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайнерської діяльності.

3. ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

3. ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Знання:

– основних термінів та понять зі сфери дизайну реклами, графіки, поліграфічних технологій та друку; – історії розвитку рекламного плакату;

- композиційних основ поєднання шрифтових блоків із зображеннями; – можливостей використання наборних типографських шрифтів, а також рукописних шрифтів при створенні шрифтових блоків рекламного плакату;
- основних навичок проектування дизайн-об'єктів ;
- застосування сучасного програмного забезпечення для виконання дизайну рекламного плакату;

Практичні навички й вміння:

- застосовувати на практиці теоретичні знання з історії дизайну та мистецьких стилів;
- вільно володіти графічними техніками та застосовувати комп'ютерні графічні програми при виконанні дизайну рекламного об'єкту;
- вільно володіти графічними техніками;
- використовувати різні за видами шрифти у дизайні рекламного об'єкту;
- виконання художнього зображення плакату із урахуванням технологічних можливостей друку;
- презентувати результати своєї роботи.

РН 1. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях

РН 3. Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень

- PH 4. Визначати мету, завдання та етапи проектування
- PH 7. Аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень
- PH 8. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію
- PH 9. Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання
- PH 10. Визначати функціональну та естетичну специфіку формотворчих засобів дизайну у комунікативному просторі
- PH 11. Розробляти композиційне вирішення об'єктів дизайну у відповідних техніках і матеріалах
- PH 12. Дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об'єктів дизайну у професійній діяльності
- PH 16. Враховувати властивості матеріалів та конструктивних побудов, застосовувати новітні технології у професійній діяльності
- PH 17. Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності (за спеціалізаціями)
- PH 18. Відображати морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну
- PH 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви змістовних модулів	Ус ьог о	Розподіл годин між видами робіт					
			Аудиторна					Са мос тій на
			Ле кц ії	Се мін ари	Пр акт ич ні	Лабо рато рні	Інд иві дуа льні і	
Змістовий модуль 1. Створення сучасного логотипу та корпоративного стилю								
1	Тема 1. Вступ. Визначення рекламно-графічного комплексу	2	2	-	-	-		
2	Тема 2. Теоретичний аналіз фірмового стилю обраної компанії	4	-	-	-	4		
3	Тема 3. Розробка логотипу компанії	8	-	-	-	8		
4	Тема 4. Розробка пропонованого корпоративного стилю	10	-	-	-	10		
5	Тема 5. Створення композиції та оздоблення макетів	10	-	-	-	10		
6	Тема 6. Побудова векторного макету	20	-	-	-	20		
7	<i>Модульний контроль</i>	4						
8	<i>Разом</i>	60	2	-	-	52		2
Змістовий модуль 2. Дизайн рекламно-графічного комплексу								
9	Тема 7. Складові рекламнографічного комплексу.	28	2	-	-	26	-	
10	Тема 8. Поєднання складових в єдиний стиль.	26	-	-	-	26	-	
11	<i>Модульний контроль</i>	6						
12	<i>Семестровий контроль</i>	30						
13	<i>Разом</i>	90	2	-		52	-	
14	<i>Усього</i>	150	4	-		104	-	2

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Створення сучасного логотипу та корпоративного стилю.

Тема 1. Вступ. Визначення рекламних об'єктів . *Лекція Питання,*

які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Характеристики, елементи та призначення рекламних об'єктів. Принципи формування, рекламно-інформаційна продукція; зовнішня реклама; інтернет реклама.

Тема 2. Теоретичний аналіз фірмового стилю обраної компанії.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Аналіз фірмового стилю обраної компанії, колористичних та графічних особливостей, визначення напрямку діяльності. Вибір продукту; специфіка рекламної компанії; цільова аудиторія; визначення складу рекламних об'єктів; аналіз аналогічних розробок.

Лабораторне заняття: аналіз передпроектної ситуації, аналогів та прототипів. Вибір рекламного слогану для подальшої розробки. Презентація вихідних матеріалів та обраних графічних рішень в довільній формі.

Тема 3. Розробка логотипу компанії.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Пошук форм та ідеї щодо створення варіантів логотипу обраної компанії. Визначення кольорової гами. Пошук шрифтів та робота з ними. Презентація варіантів створених лого.

Лабораторне заняття: опрацювання аналогів, створення варіантів ескізів логотипу обраної (вигаданої) компанії (5-15 варіантів).

Тема 4. Розробка пропонуємого корпоративного стилю.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Поняття корпоративного стилю (Брендбуку (brand book), Гайдлайну (guideline)).

Вивчення аналогів, світових брендів.

Лабораторне заняття: створення елементів корпоративного стилю; варіанти напису; вирішення контрастності; ескізні варіанти стилю (3-5 варіантів).

Тема 5. Створення композиції та оздоблення макетів.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Композиція макету; необхідні елементи: структура, ієрархія, технічна інформація, кольорові та змістовні акценти.

Лабораторне заняття: створення ескізних варіантів макетів для різних (заданих) рекламних носіїв.

Тема 6. Побудова векторного макету.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Побудова векторного макету в Adobe Illustrator на основі обраного ескізу; векторна та растрова графіка; опорні точки; направляючі тощо.

Лабораторне заняття: опрацювання ескізу у векторній програмі, побудова складових макету за допомогою опорних точок та направляючих.

Змістовий модуль 2.

Дизайн рекламно-графічного комплексу Тема

7. Складові об'єктів реклами.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Рекламна поліграфічна продукція; формати рекламних носіїв, брошури, єврофлаєрів, зовнішньої рекламної продукції – Білборду та їх адаптація; роль графічних елементів у створенні об'єктів реклами; кольорове та тональне вирішення проекту.

Лабораторне заняття: колористичне та тональне вирішення проекту; відбір та опрацювання відповідних до проекту мокапів, створення ескізів макетів; створення дизайну макетів рекламної продукції (єврофлаєр з використанням постдрукарських послуг (вибірковий лак, ніж, конгреф, додавання до макетів Пантонів).

Тема 8. Поєднання складових в єдиний стиль.

Питання, які повинні бути розглянуті та засвоєні на занятті:

Поєднання обраних рекламних макетів в єдиний стиль рекламної компанії, створення презентації.

Лабораторне заняття: завершення дизайну рекламних об'єктів та презентація проекту.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№	Вид діяльності	Максим. к-сть балів за одиницю	ЗМ №1		ЗМ №2	
			К-сть один.	Всього балів	К-сть один.	Всього балів
1	Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
2	Відвідування лабораторних занять	1	26	26	26	26
3	Виконання завдання лабораторного заняття	10	5	50	2	20

4	Виконання завдання для самостійної роботи	5	1	510		
5	МКР		25		25	
6	Екзамен				40	
Максимальна кількість балів за модуль			107		72	
Коефіцієнт визначення успішності			107:100=1,07		72:60=1,2	
Підсумковий рейтинговий бал			100			

6.1. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

№ з/п	Змістовий модуль та теми курсу	Кількість годин	Бали
Змістовний модуль 1. Створення сучасного логотипу та корпоративного стилю			
1	Розробка логотипу компанії	1	5

Критерії оцінювання самостійної роботи

5 балів	Виявлено творчий підхід та ініціативність; висока якість виконання завдання; завдання виконано в повному обсязі та своєчасно
4 бали	Виявлено творчий підхід; виконання завдання з деякими помилками; завдання виконано в повному обсязі та своєчасно
3 бали	Недостатньо виявлено самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; недостатній обсяг виконаного завдання; своєчасна задача завдання
2 бали	Завдання виконано з великою кількістю помилок; несвоєчасне виконання; ставлення студента до виконання завдання недостатньо відповідальне
1 бали	Завдання виконано з великою кількістю помилок; несвоєчасне та несамостійне виконання; ставлення студента до виконання завдання недостатньо відповідальне
0 балів	Завдання не виконано; ставлення студента до виконання завдання безвідповідальне

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Поточний контроль здійснюється в процесі навчальної діяльності студента за навчальними елементами змістового модулю. Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Проектування рекламних об'єктів» оцінюються за модульнорейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Модульний контроль проводиться окремо у формі модульної контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів.

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<ul style="list-style-type: none">– студент виконав в зазначений термін і на високому рівні весь обсяг роботи, відповідно до програми і завдань модулю; – володіє практичними вміннями на високому рівні;– здатний грамотно визначати й ефективно здійснювати навчальні задачі з урахуванням особливостей навчально-виховного процесу;– продемонстрував старанність, самостійність, ініціативу, активність, творче ставлення у процесі виконання завдання.	21 – 25
<ul style="list-style-type: none">– студент виконав в зазначений термін весь обсяг роботи відповідно до програми модулю, але з незначними недоліками; – володіє практичними вміннями на високому рівні;– здатний грамотно визначати основні навчальні задачі та знаходити способи їх вирішення, але в окремих випадках допускає незначні помилки в процесі їх вирішення;– продемонстрував старанність, самостійність, активність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдання.	17 – 20

<ul style="list-style-type: none"> – студент виконав весь обсяг роботи відповідно до програми модулю, але з певними недоліками; – не завжди демонстрував здатність визначати основні навчальні задачі та знаходити способи їх вирішення, застосовувати практичні вміння під час проходження модулю; – виявив здатність грамотно, але недостатньо самостійно опрацьовувати навчальні матеріали; – продемонстрував старанність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдання. 	13 – 16
<ul style="list-style-type: none"> – завдання виконано в неповному обсязі, у процесі виконання допускалися помилки; – в цілому виявлено посередній рівень знань, умінь, навичок, допущено помилки у плануванні навчання та самоорганізації; – недостатньо виявлено самостійність, ініціативу у процесі вирішення навчальних задач; не завжди враховано специфіку організації навчально-виховного процесу; – завдання модулю було виконано з помилками, неохайно, подано на перевірку несвоєчасно, не містить усіх необхідних елементів, визначених програмою; – ставлення студента до навчання недостатньо відповідальне. 	9 – 12
<ul style="list-style-type: none"> – завдання виконано в неповному обсязі, неохайно, з помилками, подано на перевірку несвоєчасно, не містить усіх необхідних елементів, визначених програмою модулю; – студент виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, навичок, виявив неготовність грамотно і самостійно планувати й організувати навчання; – ставлення студента до навчання недостатньо старанне та відповідальне. 	5 – 8
<ul style="list-style-type: none"> – завдання модулю було виконано в неповному обсязі, неохайно, з суттєвими помилками, подано на перевірку несвоєчасно, не містить усіх необхідних елементів, визначених програмою модулю; – студент виявив незадовільний рівень знань, умінь; невміння послідовно, грамотно і самостійно планувати й організувати навчання, аналізувати результати власної діяльності; – ставлення студента до виконання завдання безвідповідальне. 	1 – 4

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль (залік) відбувається у вигляді підсумування балів за зроблені практичні завдання.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

«Проектування рекламних об’єктів»

5 семестр – разом: 60 год., з них: лекції – 2, лабораторних – 52 год.,

самостійна робота – 2 год., МК – 4 год.

6 семестр – разом: 90 год., з них: лабораторних – 52 год., самостійна робота – 0 год., МК – 6 год.

Проектування рекламних об'єктів			
Змістовий модуль 1 – 60 балів. Створення сучасного логотипу та корпоративного стилю			
Тема	Лекції	Лабораторні заняття	Самостійна робота
T1. Визначення РГК – 2 год.	1 б.		
T2. Теоретичний аналіз фірмового стилю обраної компанії – 4 год.		10 б. за виконане завдання +2 б. за відвідування	5 б. за виконане завдання
T3. Розробка логотипу компанії – 8 год.		10 б. за виконане завдання +4б. за відвідування	
T4. Розробка корпоративного стилю – 10 год.		10 б. за виконане завдання +5 б. за відвідування	
T5. Створення композиції та оздоблення макетів – 10 год		10 б. за виконане завдання +5 б. за відвідування	
T6. Побудова вектору – 20 год		10 б. за виконане завдання +10 б. за відвідування	
МКР 1 – 25 б.	1 б.	76 б.	5 б.
Разом: 107 б.			
Змістовий модуль 2 – 90 балів. Дизайн рекламно-графічного комплексу			
T7. Складові РГК – 26 год.	1 б.	10 б. за виконане завдання +13 б. за відвідування	
T8. Поєднання складових РГК в єдиний стиль – 26 год.		10 б. за виконане завдання + 13 б. за відвідування	
МКР 2 – 25 б.		46 б.	
Разом: 72 б.			

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. *Емброуз Г., Оно-Білсон Н.* Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Гевін Емброуз, Найджел Оно-Білсон; пер. з англ. Л. Базь, Р. Дзюба, Т. Кривов'яз.

Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)

2. *Даниленко В.Я.* Дизайн: підручник / В.Я. Даниленко. – Х.: ХДАДМ, 2003. – 320 с.

3. *Даниленко В.Я.* Основи дизайну: підручник / В.Я. Даниленко. – Харків: ХДАДМ, 2003.
4. *Єфімов Ю.В.* Комп'ютерна графіка: Adobe двома руками // навчальний посібник – К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2018. – 120 С.
5. *Іваненко Т.* Шрифтовий дизайн: основи: навч. пос. Харків: ХДАДМ, 2019. 136 с.

Додаткова:

6. *Куленко М.Я.* Основи графічного дизайну: Підручник / М.Я. Куленко. – К.: Кондор, 2007 (в репозиторії Університету Грінченка інд. код 229).
7. *Лаптон Е., Філіпс Дж. К.* Графічний дизайн: Нові основи. Друге видання, змінене та доповнене / Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філіпс. Пер. з англ. І. Михайлишена. Київ: ArtHuss, 2020. 264 с.
8. *Леонард Н., Емброуз Г.* Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження / Ніл Леонард, Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
9. *Мітченко В.* Каліграфія. Взаємовпливи шрифтів: теорія і практика; кирилиця і латиниця; історія і сучасність. – Київ.: Лаурус, 2018. 288 с.
10. *Савін В.М.* Типографіка: навчальний посібник. – К.: Вересень. 2003.
11. *Чебаник В.* Графіка української мови. Абетка. – К., 2004.
12. *Юрчишин В.* Мистецтво книги. Каталог виставки. К., 2015.
13. *Яковлев М.І.* Основи формування професійного мислення художників графічного дизайну // Технічна естетика і дизайн: міжвідомчий науково – технічний збірник / Відп. ред. М.І. Яковлев. - К.: Віпол, 2004. - Вип. 3-4. – С. 181185.
14. *Barber K.* House Industries Lettering Manual / Ken Barber. – New York: Watson-Guptill Publications, 2020. – 197 с. – (First Edition).

15. *Flor M.* The golden secrets of lettering: letter design from first sketch to final artwork / Martina Flor. – New York: Princeton Architectural Press, 2017. – 167 c. – (First English Edition).
16. *Hische J.* In Progress: See Inside a Lettering Artist's Sketchbook and Process, from Pencil to Vector (Hand Lettering Books, Learn to Draw Books, Calligraphy Workbook for Beginners) / Jessica Hische. – San Francisco: Chronicle Books LLC, 2015. – 176 c. – (First Edition).
17. *Johnston E.* Writting and illuminating and lettering. – Publisher New York: Macmillan, 1906.
18. *Toots V.* 300 burtr veidi. – Riga: Latvijas Valsts izdevnieciba, 1960.