

ГПОУ ЯО Ярославский колледж управления  
и профессиональных технологий

**Методические рекомендации  
к курсовому проектированию  
по МДК.01.01. «Художественное проектирование рекламного продукта»**

**Для специальности 42.02.01 Реклама**

Рассмотрена  
Методическим советом  
Протокол № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_  
Секретарь \_\_\_\_\_

Одобрена  
цикловой методической комиссией  
Председатель ЦМК \_\_\_\_\_

Авторы:

Лебедева Г.Г. - преподаватель

Утверждаю:  
зам.директора по УМР  
\_\_\_\_\_ И.В.Колесова  
«\_\_» \_\_\_\_\_

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курсовое проектирование есть творческая самостоятельная работа каждого студента, которая должна быть максимально приближена к реальному рекламному проектированию.

Пособие рассчитано на студентов 3 курса, обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама Ярославского колледжа управления и профессиональных технологий. В нем раскрывается общая логика написания курсовой работы, а также правила ее оформления.

Основной задачей настоящих методических указаний является изложение методики, последовательности и практических приемов выполнения организационно-технологического раздела проекта.

Результатом выполнения курсового проекта является проект фирменного стиля предприятия, оформленный в виде брендбука.

Рекламная разработка базируется на основных выводах, полученных в результате выполнения курсового проекта по МДК 03.01 Маркетинг в рекламе.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Целью курсового проекта является

- проверка уровня теоретических и практических знаний студента, полученных при изучении теоретического материала и выполнении практических работ,;

- систематизация, закрепление, расширение теоретических знаний и практических навыков по ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции;

- развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования и экспериментирования при решении разрабатываемых проблем и вопросов;

- использование инновационных методов и технологий при решении разрабатываемых проблем;

- выяснение подготовленности квалификации студентов к самостоятельной работе в условиях современного производства.

Основными задачами курсового проекта являются:

- обоснование актуальности и значимости выбранной темы;
- раскрытие сущности темы на основе обобщения теоретического материала и анализа состояния разработки рекламной продукции в исследуемой отрасли;

- обобщение полученных результатов и формулировка выводов, разработка рекомендаций и предложений.

## 2. СТРУКТУРА КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Структура и содержание выпускной квалификационной работы включает в себя:

- расчетно-пояснительную записку, состоящую из: титульного листа (см. приложение 1); содержания (см. приложение 2); определений, обозначений и сокращений, используемых в работе, введения; основной части; заключения; списка использованных источников (см. приложение 3);
- графический проект фирменного стиля предприятия, оформленный в виде брендбука.

Объем курсового проекта должен составлять 25-30 страниц печатного текста (без приложений). Текст работы должен быть распечатан на одной стороне белой бумаги формата А4 (210x297 мм).

При печатании текста абзацный отступ должен равняться 1,25 см. Поля страницы: левое — 2,5 см, правое — 1,5 см, нижнее — 2 см, верхнее — 2 см. Текст печатается через 1,5 интервала. Рекомендуется использовать шрифты: Times New Roman, размер шрифта — 14 пт.

Во введении необходимо обосновать актуальность и практическую значимость выбранной темы, сформулировать цель и задачи, объект и предмет исследования, круг рассматриваемых проблем, структуру представленной работы. Объем введения должен быть в пределах 2 -3 страниц.

Структурный элемент «Определения» содержит определения, необходимые для уточнения или установления терминов, используемых в работе. Перечень определений начинают со слов: «В настоящей работе применяют следующие термины с соответствующими определениями». Структурный элемент «Обозначения и сокращения» содержит перечень обозначений и сокращений, применяемых в данной работе.

Основная часть курсового проекта включает главы (параграфы, разделы) в соответствии с логической структурой изложения. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфов – название глав. Формулировки должны быть лаконичными и отражать суть главы (параграфа).

Основная часть проекта должна содержать:

**1. Маркетинговое исследование ситуации (основывается на результатах курсового проекта МДК 03.01 Маркетинг в рекламе) включающее:**

- *общий анализ ситуации*
- *маркетинговые задачи предприятия*
- *определение и описание психологических предпочтений целевой аудитории*
- *анализ деятельности конкурентов*
- *анализ предприятия, его деятельности, целей, задач и миссий*

**2. Теоретическое обоснование рекламного проекта включающее:**

- Обоснование выбора цветовой гаммы фирменного стиля
- Обоснование выбора формы графического знака
- Обоснование выбора основного и дополнительного шрифтов
- Обоснование разработки стилеобразующих элементов и паттерна
- Обоснование использования логотипа разных размеров, на разных фонах
- Обоснование разработки иконок и инфографики
- Обоснование разработанной полиграфической и сувенирной продукции, фирменной одежды, наружной и внутренней рекламы, брендирования транспорта
- Обоснование разработки фирменного стиля в интерьере компании
- Обоснование разработки дизайна в медиа-пространстве: сайт компании, социальные сети, шаблон презентации компании и т. п.

Завершающей частью проекта является заключение, которое содержит выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывает значимость полученных результатов и возможность практического применения. Заключение не должно составлять более 5 страниц текста.

Заключение лежит в основе доклада студента на защите.

Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании ВКР (не менее 5), составленный в следующем порядке:

- Федеральные законы (в очередности от последнего года принятия к предыдущим);
- указы Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
- постановления Правительства Российской Федерации (в той же очередности);
- иные нормативные правовые акты;
- иные официальные материалы (резолуции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке);
- иностранная литература;
- интернет-ресурсы.

Приложения содержат графический материал, оформленный в виде брендбука.

Он содержит:

- Логотип
- Графический знак
- Вертикальный и горизонтальный фирменный блок, включающий логотип, графический знак, дескриптор
- Основной и дополнительный варианты начертания, включающие логотип, графический знак, дескриптор
- Модульную сетку и графическую схему пропорций фирменного блока, где в качестве эталона использован какой-либо элемент логотипа или графического знака, а также величину охраняемого поля.
- Минимальные размеры использования логотипа: для печати и цифрового использования
- Числовую кодировку фирменных цветов в цветовых моделях Pantone. CMYK. RGB

- Монохромную версию фирменного блока (в прямом и выворотном начертании).
- Правила поведения фирменного блока на различных цветовых фонах (включая фирменные, ч/б, цветные, т.е. изображения).
- Описание основного и дополнительного шрифтов
- Запрещенное использование фирменного блока.
- Предлагаемые стилеобразующие элементы
- Предлагаемые паттерны
- Предлагаемые иконки, инфографику
- Дизайн полиграфической продукции, деловой: визитки (личная, корпоративная), бланки, конверты, папки, бейджи и т.п.
- Дизайн полиграфической продукции, рекламные носители: буклеты, купоны, сертификаты, раздаточные материалы, бумажные стаканчики и т.п.
- Дизайн сувенирной продукции: блокнот/ежедневник/записная книжка, ручка/карандаш, плакаты, флеш-носитель, флажки, кружки, одежда, головные уборы, значки, рюкзаки/сумки, брелки и т.п.
- Дизайн фирменной одежды: футболки, свитшоты/толстовки, кепки, фартук и т.п.
- Дизайн наружной рекламы: вывеска, режимная табличка, штендеры и т.п.
- Дизайн внутренней рекламы: плакаты, вывески, POS-материалы, режимная табличка, навигационные элементы и т.п.
- Брендирование транспорта
- Дизайн интерьера в фирменном стиле компании
- Веб дизайн сайта (главная страница + 1), социальных сетей (Вконтакте, Телеграмм), шаблона презентации (главная страница + 1) и т.п.

Выбор рекламных носителей определяется исходя из специфики рекламируемого объекта.

Каждый элемент брендбука оформляется в отдельном приложении.

### 3. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

При оформлении текста курсовой работы следует учитывать, что открывается работа титульным листом, где указывается полное название колледжа, тема работы, фамилии автора и руководителя, место и год написания.

**Титульный лист** является первым листом документа, но номер на нем не ставится. Название пишется заглавными буквами.

На титульном листе после названия работы (проекта) указывается шифр, например 42.02.01 КП 05.06.01.00, где 42.02.01 – код специальности Реклама в соответствии с классификатором специальностей;

КП – обозначение курсового проекта;

05 – номер студента по журналу;

06 – номер темы по тематике курсовых работ

01 – номер документа в составе работы;

00 – номер задания

#### **Оформление заголовков**

Заголовками служат наименования структурных частей работы. Наименования структурных элементов отчета: СОДЕРЖАНИЕ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЕ

Заголовки структурных элементов следует располагать в середине строки без точки в конце и печатать прописными буквами, не подчеркивая.

В случае состава заголовка из двух предложений они разделяются точкой. Структурные части работы начинаются с новой страницы. Нумерация глав является обязательной. Переносы в заголовках не допускаются.

Студентам следует применять три стиля по оформлению заголовков работы:

- Основной стиль (соблюдается для всего текста);
- Заголовок 1 (касается заголовков структурных частей, глав);
- Заголовок 2 (касается заголовков разделов и подразделов).

На основании используемых стилей составляется Содержание работы (см. Приложение 2) командой «Ссылки» - «Оглавление».

**Нумерация страниц** отчета Страницы работы содержат сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа по центру без точки или других знаков на расстоянии 10 мм от нижнего края листа. Размер шрифта номера – кегль № 11 с типом шрифта – Times New Roman. Общей нумерации подвергается также титульный лист, но номер на нём не проставляется. Нумеруются все страницы, начиная с Введения (третья страница). Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц отчета. Нумерация страниц отчета и приложений, входящих в состав отчета, должна быть сквозная

### **Нумерация разделов, подразделов, пунктов, подпунктов**

Основную часть работы следует делить на разделы, подразделы и пункты. Пункты, при необходимости, могут делиться на подпункты. При делении текста на пункты и подпункты необходимо, чтобы каждый пункт содержал законченную информацию.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений.

*Пример – 1, 2, 3 и т.д.*

Номер подраздела или пункта включает номер раздела и порядковый номер подраздела или пункта, разделенные точкой.

*Пример – 1.1, 1.2, 1.3 и т.д.*

Номер подпункта включает номер раздела, подраздела, пункта и порядковый номер подпункта, разделенные точкой.

*Пример – 1.1.1.1, 1.1.1.2, 1.1.1.3 и т.д.*

После номера раздела, подраздела, пункта и подпункта в тексте точку не ставят. Если текст подразделяют только на пункты, их следует нумеровать, за исключением приложений, порядковыми номерами в пределах всей работы. Если раздел или подраздел имеет только один пункт или пункт имеет один подпункт, то нумеровать его не следует

Разделы, подразделы должны иметь **заголовки**. Пункты заголовков не имеют. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

Заголовки разделов, подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления. Перед каждым элементом перечисления следует ставить дефис. При необходимости ссылки в тексте отчета на один из элементов перечисления вместо дефиса ставятся строчные буквы в порядке русского алфавита, начиная с буквы а (за исключением букв ё, з, й, о, ч, ь, ы, ь). Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа, как показано в примере.

*Пример:*

*а) документ 1*

*б) документ 2*

*1. заголовок*

*2. текст*

*3. сноска*

*в) документ 3*

### **Оформление рисунков в работе**

Рисунок в дипломной работе представляет собой графики, иллюстративные примеры, диаграммы, изображения. Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. Согласно ГОСТ 7.32-2017 на все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе.

Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1» без кавычек. Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки. Прописать слово «Рисунок» необходимо полностью. Перенос слов в наименовании иллюстрации не допускается.



Рисунок 13 - Модульная сетка горизонтального варианта логотипа.

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

*Например, Рисунок 1.1*

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Слово «Рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом:

*Рисунок 1 – Структура бизнес-плана*

В конце названия точка не ставится.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения (см. Приложение 4).

*Например, Рисунок А.3*

Ссылка на иллюстрацию в тексте работы оформляется с указанием ее номера. При ссылках на иллюстрации следует писать – при сквозной нумерации, например:

*... в соответствии с рисунком 2...*

*На рисунке 1 изображены...*

*...как это видно на рисунке 3... –*

при нумерации в пределах раздела, например:

*... в соответствии с рисунком 1.2...*

## Оформление таблиц

Согласно ГОСТ 7.32-2017 на таблицы, помещаемые в работе, должны присутствовать ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблица располагается после фрагмента, где впервые упоминается, или на следующей странице. Наименование таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким.

Наименование таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Точка в конце не ставится. Необходимо полностью прописывать слово «Таблица». Не обязательно наличие собственного названия у таблицы согласно ГОСТ. Например:

*Таблица 5 – Кодировка цвета*

Необходимо пронумеровать все таблицы, придерживаясь сквозной нумерации. Таблицы можно нумеровать в рамках раздела: при этом номер таблицы начинается с номера раздела и заканчивается порядковым номером внутри раздела, которые разделяются точкой. Например:

*Таблица 2.3*

Таблицы, которые включены в приложения, обозначаются отдельной нумерацией с употреблением арабских цифр, а впереди добавляется обозначение приложения (*Таблица А.3*).

Осуществляя перенос таблицы с большим числом строк на следующую страницу, её название размещают только над первой частью, а над другими частями также слева пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы. Например:

*Продолжение таблицы 12*

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят

Таблица 2 - Анализ деятельности конкурентов

Параметры	«Миллион роз»	«Центр роз»	«ЦветТорг»
Формат	Сеть салонов (5 точек)	Магазин с двумя филиалами	Один салон
Целевая аудитория	Широкая аудитория	Постоянные клиенты, покупатели к праздникам	Клиенты, ориентированные на бюджетные покупки
Ассортимент	Большой выбор, включая сложные композиции	Сборные и <u>монобукеты</u>	Широкий ассортимент, включая товары-сопровождение
Уникальность предложения	Профессиональные флористы, круглосуточная работа	Современный сайт, частые акции	Доступные цены и большой выбор
Ценовой сегмент	Выше среднего	Средний	Доступный
Каналы продвижения	<u>ВКонтакте</u> , сайт	Эстетичный сайт, <u>ВКонтакте</u>	Сайт, <u>ВКонтакте</u>
Дополнительные услуги	Доставка, индивидуальный заказ	Акции, оформление заказов через сайт	Регулярные акции, обратная связь через <u>соцсети</u>
Фирменный стиль	Простой, функциональный	Современный, привлекательный	Нейтральный, доступный

## Приложения

Приложения представляют собой целый раздел, в который включаются графические материалы, являющиеся разработками студента. В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв , З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

Например: *Приложение А Разработка логотипа компании*

#### 4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>
4. Овчинникова, Раиса Юрьевна. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018
5. Дегтярев .А.Р. Изобразительные средства рекламы: слово, композиция, цвет — М.: ФАИО Пресс, 2019
6. Блохин В.В. Производственные знаки./ Техническая эстетика, №1, 2007.
7. Василевский И. Вначале было имя. ж-л «Зеркало рекламы». К. №6,2012.
8. Вишневская Н., Теория и практика визуализации товарного бренда, ж-л «Рекламные технологии». №8.
9. Крот А.М. Основы художественного конструирования. Часть 2. 11. Михайленко В.С., Яковлев М.И. Основы композиции К.:Каравела, 2014.
10. Назайкин А.Н. Иллюстрирование рекламы. -М.: Изд-во Эсмо. 2013.
11. Паранюшкин Р.В. Композиция. Ростов Н/Д.: Изд-во «Деникс», 2011.
- 12.Победин В.А. Знаки в графическом дизайне. - Харьков: Веста: Изд-во Ранок», 2011.
- 13.Ромат Е.В. Реклама. - СПб: Питер. - 2012.

14. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна. М.: Пресс. 2013.
15. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. — СПб.: Питер, 2011.
16. Паттернот Жан, Разработка и создание логотипов и графических концепций — Ростов на Дону: Феникс, 2018

Департамент образования Ярославской области  
ГПОУ ЯО Ярославский колледж управления и  
профессиональных технологий

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

**РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДОМА МОДЕЛЕЙ**

КП-00301865-42.02.01-РК1.31 -11-12

Работа защищена с оценкой

\_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023

Выполнил студент группы РК1-31

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Руководитель работы

\_\_\_\_\_ Г.Г. Лебедева

г.Ярославль, 2023

**СОДЕРЖАНИЕ**

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2 ОРГАНИЗАЦИЯ РАЗРАБОТКИ ТЕМАТИКИ КУРСОВЫХ РАБОТ (ПРОЕКТОВ).....	5
3 ПОРЯДОК И СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА).....	5
4 РУКОВОДСТВО И ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА).....	6
5 ХРАНЕНИЕ КУРСОВЫХ РАБОТ (ПРОЕКТОВ).....	7
6 ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И СТРУКТУРЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА).....	7
7 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ КОФОРМЛЕНИЮ.....	12
8 ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ РАБОТЫ.....	13
8.1 Оформление титульного листа.....	13
8.2 Оформление определений, сокращений.....	13
8.3 Оформление заголовков.....	14
8.4 Нумерация страниц отчета.....	14
8.5 Нумерация разделов, подразделов, пунктов, подпунктов.....	14
8.6 Оформление рисунков в работе.....	16
8.7 Оформление таблиц.....	17
8.8 Формулы и уравнения.....	19
8.9 Ссылки.....	19
8.10 Список использованных источников.....	20
8.11 Приложения.....	22
9 СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	23
10 ПРИЛОЖЕНИЯ.....	24

*Примеры оформления библиографических записей*

**Нормативно-правовые документы**

**Нормативные акты располагаются в следующем порядке:**

- международные акты, ратифицированные Россией, причем сначала идут документы ООН;
- Конституция России;
- кодексы;
- федеральные законы;
- указы Президента России;
- постановления Правительства России;
- приказы, письма и пр. указания отдельных федеральных министерств и ведомств;
- законы субъектов России;
- распоряжения губернаторов;
- распоряжения областных (республиканских) правительств;
- судебная практика (т.е. постановления Верховного и прочих судов России);
- законодательные акты, утратившие силу.

**Федеральные законы следует записывать в формате:**

*Федеральный закон от [дата] № [номер] «[название]» // [официальный источник публикации, год, номер, статья].*

Законы располагаются не по алфавиту, а по дате принятия (подписания Президентом России) – впереди более старые.

*Заглавие официального документа (закон, постановление, указ и др.) : сведения, относящиеся к заглавию, дата принятия документа // Название издания. – Год издания. – Номер (для журнала), Дата и месяц для газеты. – Первая и последняя страницы.*

*Примеры:*

*Законодательные материалы (запись под заголовком)*

Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации [Текст] : офиц. текст. - М. : Маркетинг, 2001. - 39, [1] с. ; 20 см. - 10000 экз. - ISBN 5-94462-025-0.

Российская Федерация. Законы. О воинской обязанности и военной службе [Текст] : федер. закон : [принят Гос. Думой 6 марта 1998 г. : одобр. Советом Федерации 12 марта 1998 г.]. - [4-е изд.]. - М. : Ось-89, [2001]. - 46, [1] с. ; 21 см. - (Актуальный закон). - ISBN 5-86894-528-X.

Российская Федерация. Законы. Семейный кодекс Российской Федерации [Текст] : [федер. закон : принят Гос. Думой 8 дек. 1995 г. : по состоянию на 3 янв. 2001 г.]. - СПб. : Victory : Стаун-кантри, 2001. - 94, [1] с. ; 20 см. - На тит. л.: Проф. юрид. системы "Кодекс". - 5000 экз. - ISBN 5-7931-0142-X.

*Законодательные материалы (запись под заглавием)*

Конституция Российской Федерации [Текст]. - М. : Приор, [2001?]. - 32, [1] с. ;

### **Книги**

#### *Однотомное издание*

Автор. Заглавие : сведения, относящиеся к заглавию (см. на титуле) / сведения об ответственности (авторы); последующие сведения об ответственности (редакторы, переводчики, коллективы). – Сведения об издании (информация о переиздании, номер издания). – Место издания : Издательство, Год издания. – Объем. – (Серия).

#### *Примеры:*

– Если у издания один автор, то описание начинается с фамилии и инициалов автора. Далее через точку «.» пишется заглавие. За косой чертой «/» после заглавия имя автора повторяется, как сведение об ответственности.

Лукаш, Ю. А. Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица [Текст] / Ю. А. Лукаш. – Москва : Книжный мир, 2002. – 457 с.

Семенов, В.В. Философия: итог тысячелетий. Философская психология [Текст] / В.В.Семенов, Рос. акад. наук, Пущин. науч. центр, Ин-т биофизики клетки, Акад. проблем сохранения жизни. -Пушино : ПНЦ РАН, 2000. -64, [3] с.; 22 см. -Рез.: англ. -Библиогр.: с. 60-65. -200 экз. -ISBN 5-201-14433-0.

– Если у издания более одного автора, то описание начинается с фамилии и инициалов первого автора, если авторов не более трех. За косой чертой «/» после заглавия сначала указывается первый автор, а потом через запятую – другие авторы.

Бочаров, И. Н. Кипренский [Текст] / Иван Бочаров, Юлия Глушакова. -2-е изд., знач. доп. -М. : Молодая гвардия, 2001. -390 с., [24] л. ил.; 21 см. -(Жизнь замечательных людей : ЖЗЛ : сер. биогр. : осн. в 1890 г. Ф. Павленковым и продолж. в 1933 г. М. Горьким ; вып. 1009 (809). -Библиогр.: с. 385-389. -5000 экз. -ISBN 5-235-02408-7 (в пер.).

Ерина, Е. М. Обычаи поволжских немцев [Текст] = Sitten und Brauche der Wolgadeutschen / Екатерина Ерина, Валерия Салькова ; худож. Н.Стариков ; [Междунар. союз нем. культуры]. -3-е изд., перераб. и доп. -М. : Готика, 2002. -102 с. : ил. ; 20 см. -На обл. авт. не указаны. -Текст парал. рус., нем. -Библиогр.: с. 92-93. -3000 экз. -ISBN 5-7834-0066-1.

Агафонова, Н. Н. Гражданское право [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Агафонова, Т. В. Богачева, Л. И. Глушкова ; под. общ. ред. А. Г. Калпина ; авт. вступ. ст. Н. Н. Поливаев ; М-во общ. и проф. образования РФ, Моск. гос. юрид. акад. -Изд. 2-е, перераб. и доп. -М. : Юрист, 2002. -542 с.; 22 см. -(Institutions; т. 221). -Библиогр.: с. 530-540. -50000 экз. -ISBN 5-7975-0223-2 (в пер.).

Перроун, П. Д. Создание корпоративных систем на базе Java 2 Enterprise Edition [Текст] : рук. разработчика : [пер. с англ.] / Поль Дж. Перроун, Венката С. Р. "Кришна", Р. Чаганти. -М. [и др.] : Вильямс, 2001. -1179 с. ; 24 см + 1 электрон. опт

диск. -На пер. 1-й авт.: Пол Дж. Перроун. -Предм. указ.: с. 1167-1179. -Переводизд.: Building Java Enterprise systems with J2EE / Paul J. Perrone, Venkata S.R. (Krishna), R. Chaganti. Indianapolis. -5000 экз. -ISBN 5-8459-0168-5 (в пер.).

– Если у издания пять авторов и более, то описание начинается с заглавия. За косой чертой указываются три автора и др.

Логика [Текст] : учебное пособие для 10-11 классов / А. Д. Гетманова, А. Л. Никифоров, М. И. Панов и др. – Москва : Дрофа, 1995. – 156 с.

– Если у издания есть один или несколько авторов, и также указаны редакторы, составители, переводчики и т.п., то информация о них указывается в сведениях об ответственности, после всех авторов перед точкой с запятой «;».

История России [Текст] : учеб. пособие для студентов всех специальностей / В. Н. Быков [и др.] ; отв. ред. В. Н. Сухов ; М-во образования Рос. Федерации, С.-Петербург. гос. лесотехн. акад. - 2-е изд., перераб. и доп. / при участии Т. А. Суховой. - СПб. : СПбЛТА, 2001. - 231 с.; 21 см. - 10000 экз. - ISBN 5-230-10656-5.

– Если у издания нет автора, но указаны редакторы, составители, переводчики и т.п., то описание начинается с заглавия. За косой чертой после заглавия сразу пишутся редакторы, составители и т.п. с указанием функции.

Золотой ключик [Текст] : сказки рос. писателей : [для мл. и сред. шк. возраста] / составитель И. Полякова ; худож. В. Бритвин, Н. Дымова, С. Муравьев. - М. : Оникс, 2001. - 381, [2] с.: ил.; 22 см. - (Золотая библиотека). - Содерж. авт.: А. Н. Толстой, Б. В. Заходер, А. М. Волков, Е. С. Велтистов, К. Булычев. - 10000 экз. - ISBN 5-249-00334-6 (в пер.).

– Если у издания нет автора, редакторов и т.п., то после заглавия сразу идет информация об издании после точки и тире «.—».

Иллюстрированный словарь английского и русского языка с указателями [Текст]. – Москва : Живой язык, 2003. – 1000 с.

### **Многотомные издания**

*Автор. Заглавие издания : сведения, относящиеся к заглавию (см. на титуле) / Сведения об ответственности (авторы); последующие сведения об ответственности (редакторы, переводчики, коллективы). – Город издания: Издательство, Год начала издания – год окончания издания. – (Серия).*

*Обозначение и номер тома : Заглавие тома : сведения, относящиеся к заглавию. – Год издания тома. – Объем;*

*Обозначение и номер тома : Заглавие тома : сведения, относящиеся к заглавию. – Год издания тома. – Объем. и т.д.*

или:

*Автор. Заглавие издания : сведения, относящиеся к заглавию (см. на титуле) / Сведения об ответственности (авторы); последующие сведения об*

*ответственности (редакторы, переводчики, коллективы). – Город издания :  
Издательство, Год начала издания – год окончания издания. – Количество томов. –  
(Серия).*

Примеры:

– Документ в целом

Гиппиус, З. Н. Сочинения [Текст] : в 2 т. / Зинаида Гиппиус ; [вступ. ст., подгот. текста и коммент. Т. Г. Юрченко ; Рос. акад. наук, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам]. - М. : Лаком-книга : Габестро, 2001. - 22 см. - (Золотая проза серебряного века). - На пер. только авт. и загл. сер. - 3500 экз. - ISBN 5-85647-056-7 (в пер.).

Т. 1 : Романы. - 367 с. - Библиогр. в примеч.: с. 360-366. - Содерж.: Без талисмана ; Победители ; Сумерки духа. - В прил.: З. Н. Гиппиус / В. Брюсов. - ISBN 5-85647-057-5.

– Отдельный том

Казьмин, В. Д. Справочник домашнего врача [Текст]. В 3 ч. Ч.2. Детские болезни/ Владимир Казьмин. - М. : АСТ : Астрель, 2002. - 503, [1] с. : ил. ; 21 см. - 8000 экз. - ISBN 5-17-011143-6 (АСТ) (в пер.).

– Документ в целом

Гиппиус, З. Н. Сочинения [Текст] : в 2 т. / Зинаида Гиппиус ; [вступ. ст., подгот. текста и коммент. Т. Г. Юрченко ; Рос. акад. наук, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам]. - М. : Лаком-книга : Габестро, 2001. - 22 см. - (Золотая проза серебряного века). - На пер. только авт. и загл. сер. - 3500 экз. - ISBN 5-85647-056-7 (в пер.).

Т. 1 : Романы. - 367 с. - Библиогр. в примеч.: с. 360-366. - Содерж.: Без талисмана ; Победители ; Сумерки духа. - В прил.: З. Н. Гиппиус / В. Брюсов. - ISBN 5-85647-057-5.

Т. 2 : Романы. - 415 с. - Содерж.: Чертова кукла ; Жизнеописание в 33 гл. ; Роман-царевич : история одного начинания ; Чужая любовь. - ISBN 5-85647-058-3.  
или

– Отдельный том

Казьмин, В. Д. Справочник домашнего врача [Текст]. В 3 ч. Ч.2. Детские болезни/ Владимир Казьмин. - М. : АСТ : Астрель, 2002. - 503, [1] с. : ил. ; 21 см. - 8000 экз. - ISBN 5-17-011143-6 (АСТ) (в пер.).

***Сериальные и другие продолжающиеся ресурсы***

– Газета

Академия здоровья [Текст] : науч.-попул. газ. о здоровом образе жизни : прил. к журн. "Аквапарк" / учредитель "Фирма "Вивана". - 2001, июнь - . - М., 2001- . - 8 полос. - Еженед.

2001, N 1-24. - 10000 экз. ; 2002, N 1 (25)-52 (77). - 15000 экз.

– Журнал

Актуальные проблемы современной науки [Текст] : информ.-аналит. журн. / учредитель ООО "Компания "Спутник +". - 2001, июнь - . - М. : Спутник +, 2001-. - Двухмес. - ISSN 1680-2721.

2001, N 1-3. - 2000 экз.

– Бюллетень

Российская Федерация. Гос. Дума (2000- ). Государственная Дума [Текст] : стеногр. заседаний: бюллетень / Федер. Собр. Рос. Федерации. - М. : ГД РФ, 2000- . - 30 см. - Кн. не сброшюр.

N 49 (497) : 11 окт. 2000 г. - 2000. - 63 отд. с. - 1400 экз.

### **Электронные ресурсы**

– *Электронный ресурс локального доступа (CD)*

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. - Электрон. текстовые, граф., зв. дан. и прикладная прогр. (546 Мб). - М. : Большая Рос. энцикл. [и др.], 1996. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : зв., цв. ; 12 см + рук. пользователя (1 л.) + открытка (1 л.). - (Интерактивный мир). - Систем. требования : ПК 486 или выше ; 8 Мб ОЗУ ; Windows 3.1 или Windows 95 ; SVGA 32768 и более цв. ; 640x480 ; 4x CD-ROM дисковод ; 16-бит. зв. карта ; мышь. - Загл. с экрана. - Диск и сопровод. материал помещены в контейнер 20x14 см.

Российская академия наук. Отделение геологии, геофизики, геохимии и горных наук. Вестник ОГГГН РАН [Электронный ресурс] / Объед. ин-т физики Земли им. О.Ю. Шмидта Рос. Акад. наук. - Электрон. журн. - М. : ОГГГН РАН, 1997. - 4 дискеты. - Систем. требования: от 386 ; Windows ; Internet-браузер кл. Netscape Navigator 3.0 и выше. - Загл. с экрана. - Периодичность выхода 4 раза в год.

– *Электронный ресурс удаленного доступа (Internet)*

*Автор. Заглавие [Электронный ресурс] : сведения, относящиеся к заглавию /*

*сведения об ответственности (авторы); последующие сведения об ответственности (редакторы, переводчики, коллективы). – Обозначение вида ресурса («электрон. текст. дан.»). – Место издания : Издательство, Дата издания. – Режим доступа: URL. – Примечание («Электрон. версия печ. публикации»).*

*Примечания:*

– *Описание электронного ресурса в области «Автор» и «Сведения об ответственности» осуществляется по правилам описания книжного издания.*

– *Обозначение материала приводят сразу после заглавия в квадратных скобках: [Электронный ресурс].*

– Если описывается сайт в целом, то область «Дата издания» будет выглядеть следующим образом: Год начала издания – год окончания издания.

*Примеры:*

Исследовано в России [Электронный ресурс] : многопредмет. науч. журн. / Моск. физ.-техн. ин-т. - Электрон. журн. - Долгопрудный : МФТИ, 1998- . - Режим доступа к журн.: <http://zhurnal.mipt.rssi.ru>. Доступен также на дискетах. - Систем. требования для дискет: IBM PC ; Windows 3.xx/95 ; Netscape Navigator или Internet Explorer; Acrobat Reader 3.0. - Загл. с экрана. - N гос. Регистрации 0329900013.

Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] / Центр информ. технологий РГБ ; ред. Власенко Т. В. ; Web-мастер Козлова Н.В. - Электрон. дан. - М. : Рос. гос. б-ка, 1997- . - Режим доступа: [tpr://www.rsl.ru](http://www.rsl.ru), свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

ПРИЛОЖЕНИЕ А Разработка логотипа компании

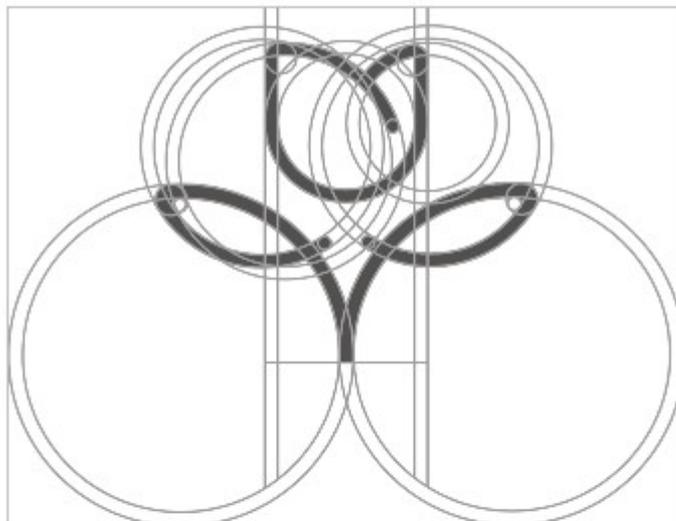


Рисунок А.1 – Построение логотипа по модульной сетке



Рисунок А.2 – Вертикальные и горизонтальные монохромные версии