



Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. 2-е изд., доп. / под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2015. – 432 с.

ISBN 978-617-7022-47-2

Коллективная монография посвящена вопросам теории и практики создания дизайнерского и рекламного образов в контексте эффективных визуальных коммуникаций. Показаны области пересечения и дифференциации дизайна и рекламы – как графического языка и рекламного обращения. Графический дизайн представлен как проектирование сообщения в сфере визуальных коммуникаций, а реклама как маркетинговая технология социальной инженерии.

Книга будет полезной специалистам в области визуальной коммуникации, практикующим дизайнерам и рекламистам, а также студентам, аспирантам и преподавателям специальностей «Реклама», «Дизайн», «Маркетинг», «Коммуникации».

Collective work is devoted to the matters of theory and practice of creation of designer's and advertising images in the context of effective visual communications. The fields of intersection and differentiation of design and advertisement are shown – as graphic language and advertising message. Graphic design is represented as designing a message in the field of visual communications, and advertisement is represented as marketing technique of social engineering.

The book will be useful and interesting for specialists in the field of visual communication, for designers and advertising agents, as well as for students, post-graduates and professors in «Advertising», «Design», «Marketing», «Communication».