

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет дизайна и моды
Кафедра дизайна



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА»

Для направления подготовки:

54.03.01 «Дизайн»

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

Вид профессиональной деятельности:

проектная

Профили:

Графический дизайн

Форма обучения:

(очная, очно-заочная)

Разработчик (и): Рымшина Т.А. – кандидат искусствоведения, доцент, заведующая кафедрой изобразительных искусств АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

Рецензент: Шмалько И.С. – член Союза дизайнеров, доцент кафедры дизайна.

«12» июли 2017г.  /Т.А. Рымшина/

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн»

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель УМУ


(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Декан факультета
ФДМ


(подпись)

/Е.Е. Нунубидзе /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/Н.Д.Дембич /

Протокол заседания кафедры № 01 от «14» июля 2017 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «История графического дизайна» относится к вариативной части блока Б1. основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на втором курсе в первом и во втором семестре. Дисциплина «История графического дизайна» является необходимым элементом профессиональной деятельности дизайнеров.

Дисциплина «История графического дизайна» тесно связана с дисциплинами «Философия», «История искусств», «История стилей», «История дизайна, науки и техники», «Иллюстрация», «Персоналии в графическом дизайне», «Академический рисунок», «Академическая живопись», «Пропедевтика», «Проектирование», «Цветоведение». Компетентности, сформированные в результате освоения программы необходимы при изучении профессиональных дисциплин.

Цель курса – ознакомление студентов с концептуальными основами истории графического дизайна, освоение информационно-коммуникативных процессов, связанных с формированием визуальной культуры и требованиями общества, выявление роли графического дизайна в современной рекламе и рекламных технологиях, развитие навыков аналитического мышления и художественного видения, расширение кругозора, повышение общей культуры.

Задачи курса:

- дать представление о специфике и сущности истории графического дизайна, роли графического дизайна в художественном формообразовании; сформировать у студентов представления об особенностях развития графического дизайна и его взаимосвязях с искусством, рекламой и техническим прогрессом;
- привить умение увязывать изменения в графическом дизайне с исторической системой, с философско-эстетическими взглядами эпохи, стилевыми тенденциями;
- дать представление об особенностях развития зарубежного и отечественного графического дизайна, их взаимодействии и взаимовлиянии;
- выработать у студентов аналитический подход при рассмотрении рекламного продукта и специфики графической проектной культуры;
- показать студентам основы рекламных технологий и широкий выбор средств, которые предоставляет сегодня графический дизайн как проектная культура для решения рекламных задач;
- формирование навыков самостоятельной и коллективной работы студентов по тематике и проблематике истории графического дизайна;
- обучение системно-историческому подходу в восприятии и анализе явлений графического дизайна.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными -

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

общепрофессиональными –

- способностью применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании (ОПК-4);

профессиональными –

- способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<u>Знать:</u> - особенности и периодизацию развития истории графического дизайна, - типологию фирменных стилей, визуальных коммуникаций. <u>Уметь:</u> - анализировать процессы и явления, происходящие в истории графического дизайна; - анализировать проектные ситуации с точки зрения информационных технологий и графических средств. <u>Владеть:</u> - понятийно-категориальным аппаратом в области графического дизайна; - способами совершенствования профессиональных знаний и умений.
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	<u>Знать:</u> - современные стилевые тенденции в графическом дизайне, взаимодействие и взаимовлияния графического дизайна разных стран; <u>Уметь:</u> - отстаивать свою точку зрения, проявляя принципиальность в дискуссиях; <u>Владеть:</u> - способами установления контактов и поддержания технологиями приобретенных знаний; - навыками ведения дебатов и дискуссий.
ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	<u>Знать:</u> - хронологию развития графического дизайна; - основные тенденции, присущие графическому дизайну; - национальные особенности стилей; - тенденции развития в современном графическом дизайне; - школы современного графического дизайна. <u>Уметь:</u> - системно анализировать различные художественно-культурные концепции и тенденции стилей на разных этапах исторического развития; - учитывать различные контексты (социальные, культурные, национальные и т.д.), в которых протекают стилевые изменения. <u>Владеть:</u>

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
	<ul style="list-style-type: none"> - приемами и навыками изображения в создании новых стилей; - способами стилизаций, необходимых для решения творческих задач; - способами осуществления психолого-педагогической поддержки и сопровождения; - способами совершенствования профессиональных знаний и умений.
<p>ОПК-4 способностью применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные закономерности историко-культурного развития человека и стилевых изменений, эволюцию графического дизайна и их влияние на сущность и структуру художественных процессов в обществе; - тенденции мирового историко-художественного, и культурного процессов; - особенности современного этапа развития графического дизайна. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать различные контексты (социальные, культурные, национальные и т.д.), в которых протекают художественные процессы; - проектировать интерактивные курсы с использованием последних достижений наук; - анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы в области графического дизайна. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способами осуществления психолого-педагогической поддержки и сопровождения; - способами совершенствования профессиональных знаний и умений; - способами установления контактов взаимодействия с другими субъектами художественно-образовательного процесса.
<p>ПК-4 способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ценностные основы профессиональной и творческой деятельности; - способы взаимодействия бакалавра с различными субъектами художественно - культурного процесса; <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в профессиональной деятельности; - применять теоретические знания в процессе решения задач профессиональной деятельности; <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способами проектной и инновационной деятельности в сфере графического дизайна; - способами установления контактов и поддержания технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; - навыками самооценки, самоконтроля.

Формы контроля:

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов проводится в форме подготовки студентами докладов и сообщений в форме презентаций; тестовые задания.
- *промежуточный контроль успеваемости (ПА)* проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

В процессе проведения занятий по дисциплине «История графического дизайна» для студентов, обучающихся по программе бакалавриата, используются активные и интерактивные формы обучения.

Активные формы обучения:

- практические занятия.

Интерактивные формы обучения:

- дискуссии,
- дебаты,
- блиц-опросы;
- мастер-классы;
- выступления в группе или перед курсом со своими докладами, презентациями и роликами

Общая трудоемкость дисциплины «История графического дизайна» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 4 зачетных единицы (144 час.).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия (всего)	72	36
В том числе:		
Лекции	36	18
Практические занятия	36	18
Семинары	х	х
Лабораторные работы	х	х
Самостоятельная работа (всего)	72	108
Промежуточная аттестация, в том числе:		
Вид	Зачет-3 семестр, Зачет с оценкой – 4 семестр	Зачет-6 семестр, Зачет с оценкой – 7 семестр
Трудоемкость (час.)		
Общая трудоемкость ЗЕТ / часов	4 ЗЕТ / 144 часов	4 ЗЕТ / 144 часов

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Дискуссии-дебаты	Мастер-класс	Блиц-опросы			Тренинг
Очная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Специфика, сущность и функции графического дизайна. Средства художественной выразительности графического дизайна.	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 2. Особенности проектно-художественной деятельности графического дизайнера.	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОК-2 ПК-4	
Тема 3. Графический дизайн и фирменный стиль.	2	4				2			ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 4. Графический дизайн и его роль в визуальных коммуникациях	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОПК-4 ПК-4	
Тема 5. Графический дизайн и упаковка.	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОПК-4 ПК-4	
Тема 6. История графического дизайна. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм».	2	4			2				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОПК-4 ПК-4	
Тема 7. Сущность, функции и структура рекламы.	2	4			2				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4,	
Тема 8. Основные этапы развития рекламы в Западной Европе и Америки от античности до Нового времени.	2	4			2				ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 9. Развитие рекламы в Западной Европе и Америки XIX-начала	2	4					2		ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8	

XX века.									ОПК-4 ПК-4	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции										опрос
Второй этап формирования компетенции										
Тема 10. Стили графического дизайна в начале XX века «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм». Графический дизайн и реклама как отражение эстетических представлений общества.	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 11. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрес- сионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко».	2	4				2			ОК-5 ОК-7 ОК-2 ПК-4	
Тема 12. История рекламно- плакатной графики. Разновидности плаката	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 13. Основные этапы развития рекламной графики и плаката в дореволюционной России.	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОПК-4 ПК-4	
Тема 14. Книга как объект графического дизайна. Книга в творчестве «мирискусников».	2	4		2					ОК-5 ОК-7 ОПК-4 ПК-4	
Тема 15. Графический дизайн в послереволюционной России и художественный авангард.	2	4				2			ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОПК-4 ПК-4	
Тема 16. Футуристическая книга в России.	2	4					2		ОК-5 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4,	
Тема 17. Графический дизайн в наружной и телевизионной рекламе. Виды наружной рекламы	2	4				2			ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 18. Стили в графическом дизайне конца XX века: «модернизм»,	2	4						2	ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8	

«постмодернизм» и общие тенденции развития. Графический дизайн и реклама в эпоху современных информационных технологий.									ПК-4	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции										опрос
Всего	36	72		16	10	6	4			
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144									Зачет с оценкой
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4									
Очно-заочная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Специфика, сущность и функции графического дизайна. Средства художественной выразительности графического дизайна.	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 2. Особенности проектно-художественной деятельности графического дизайнера.	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ПК-4	
Тема 3. Графический дизайн и фирменный стиль.	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 4. Графический дизайн и его роль в визуальных коммуникациях	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОПК-4 ПК-4	
Тема 5. Графический дизайн и упаковка	1	6			1				ОК-5 ОК-7 ОПК-4 ПК-4	
Тема 6. История графического дизайна. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм».	1	6			2				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОПК-4 ПК-4	
Тема 7. Сущность, функции и структура рекламы.	1	6			1				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4,	
Тема 8. Основные этапы развития рекламы в Западной Европе и Америки от	1	6				1			ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	

античности до Нового времени.										
Тема 9. Развитие рекламы в Западной Европе и Америки XIX-начала XX века.	1	6					2		ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>										<i>опрос</i>
Второй этап формирования компетенции										
Тема 10. Стили графического дизайна в начале XX века «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм». Графический дизайн и реклама как отражение эстетических представлений общества.	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 11. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм» голландская школа графического дизайна, «ар-деко».	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ПК-4	
Тема 12. История рекламно-плакатной графики. Разновидности плаката	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4 ПК-4	
Тема 13. Основные этапы развития рекламной графики и плаката в дореволюционной России.	1	6			0,5				ОК-5 ОК-7 ОПК-4 ПК-4	
Тема 14. Книга как объект графического дизайна. Книга в творчестве «мирискусников».	1	6			1				ОК-5 ОК-7 ОПК-4 ПК-4	
Тема 15. Графический дизайн в послереволюционной России и художественный авангард.	1	6			2				ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОПК-4 ПК-4	
Тема 16. Футуристическая книга в России.	1	6			1				ОК-5 ОК-2 ОК-8 ОПК-4 ПК-4,	
Тема 17. Графический дизайн в наружной и телевизионной	1	6				1			ОК-5 ОК-7 ОК-8 ОПК-4	

рекламе. Виды наружной рекламы									ПК-4	
Тема 18. Стили в графическом дизайне конца XX века: «модернизм», «постмодернизм» и общие тенденции развития. Графический дизайн и реклама в эпоху современных информационных технологий.	1	6					2		ОК-5 ОК-7 ОК-2 ОК-8 ПК-4	
Текущий контроль уровня сформированности компетенции										опрос
Всего	18	108			12	2	4			
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144									Зачет с оценкой
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4									

Содержание тем учебной дисциплины

Тема 1. Специфика, сущность и функции графического дизайна. Средства художественной выразительности графического дизайна.

Графический дизайн как интернациональное явление и его комплексные задачи проектирования сложных структур. Графический дизайн и сферы его применения: выработка единых систем знаков, создание фирменных стилей, образа целых отраслей промышленности, обновление зрительно-информационного ряда учебников, создание визуальных комплексов для крупных мероприятий, выставок и т.д.

Основные средства художественной выразительности графического дизайна: фотографика, монтаж, аппликация, типографика, цвето-графика, компьютерная (машинная) графика.

Тема 2. Особенности проектно-художественной деятельности графического дизайнера.

Виды графического дизайна и особенности их проектирования. Роль типографики в графическом дизайне. Появление и развитие промышленной графики: товарные и фирменные знаки, этикетки, марки, упаковки и пр. Графический дизайн и сферы коммерции.

Развитие рекламной графики. Плакат, книжная и газетно-журнальная графика.

Графический дизайн и визуальные коммуникации, информационная графика, суперграфика. Графический дизайн и реклама. Промышленная и телевизионная графика.

Тема 3. Графический дизайн и фирменный стиль.

Основные принципы фирменного стиля. Составляющие фирменного стиля: информационная документация: визитки, проспекты, каталоги, буклеты; деловая документация: бланки, конверты, папки, прайс-листы; рекламная продукция: плакаты, листовки, открытки, рекламные ролики; сувенирная продукция: календари, блокноты, значки, брелки; упаковка: коробки, пакеты, фирменные флаконы, фирменная упаковочная бумага, наклейки, этикетки; стиль оформления интерьеров офиса, торговых залов, выставочных витрин и экспозиций; спецодежда, оформление транспорта фирмы и прочее.

Фирменный стиль и товарный знак.

Образующие элементы фирменного стиля (константы): товарный знак, логотип; набор шрифтов, соответствующий характеру деятельности фирмы; фирменный цвет, который зачастую становится символическим для фирмы (при его выборе необходимо

учитывать этнические особенности, добиваясь психологического и эмоционального воздействия, вызывающего симпатию и доверие к предприятию).

Этапы разработки фирменного стиля.

Тема 4. Графический дизайн и его роль в визуальных коммуникациях

Роль графического дизайна в визуальных коммуникациях. Функции визуальных коммуникаций: управленческая, информативная и фактическая. Структура визуальной коммуникации: источник текста (содержание), создатель текста (адресант, визуализирующий содержание), текст, канал связи, по которому передается и в котором хранится текст, приемник текста, которому предназначено содержание (адресат).

Визуально-графические элементы: реклама, информационное табло, пиктография, суперграфика, шрифтовые комбинации, системы цветового зонирования и т. д. Задачи обеспечения ориентации, доступности информации, регулирования поведения человека в конкретных предметно-пространственных ситуациях.

Особенности проектирования систем визуальных коммуникаций, синтез промышленного, графического и средового дизайна.

Тема 5. Графический дизайн и упаковка.

Упаковка как объект внимания и проектирования графического дизайна. Цели, задачи и упаковки. Функциональные требования к упаковке. Упаковка как элемент фирменного стиля и необходимый атрибут современной жизни.

Значение этикетки как важного элемента упаковки. Этикетка как произведение искусства и средство агитации.

Роль высоких технологий в развитии упаковки. Разновидности упаковки: конверты для компакт-дисков, коробки для программных продуктов и инструкций пользователя и т. д. необходимый атрибут современной жизни

Тема 6. История графического дизайна. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм».

Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне.

Графический стиль «барокко». Журнальный бум и графический стиль в Европе XVIII века. Каллиграфия и гравировальный рисунок. Социокультурные истоки стиля «барокко» и его презентационные функции.

Трансформация журнального облика и стиль «классицизм». XIX век и обращение европейского и российского общества к идеалам античной культуры, эстетике порядка и гармонии. Связь композиционных и изобразительных составляющих графики с основами «классического» стиля в архитектуре. Влияние технических новшеств на графическое оформление книги и печатных изданий.

«Викторианский стиль» и изобретение Томасом Бьюиком торцевой гравюры. Роскошь, излишества в жизни аристократии и индустриальная революция. «Новое время» (1820-1900) – период расцвета науки, техники, технологический прорыв, становление рекламной индустрии.

Протест против «викторианского стиля» как начало пути к графическому дизайну. Проникновение периодики в политическую жизнь, сатирический журнал и рождение комиксов. Цвет в журнале.

Наступление машинной и фотомеханической техники и кризис в эстетике потребления. Протест против эстетической эклектики рекламы и луддиты.

Создание группы английских художников «Братство прерафаэлитов». Возврат к идеалам эпохи Возрождения. Данте Габриэль Россети, Джо Эверетт Миллес, Эдуард Берн-Джонс. Новое оформление книги и Эдвард Моксон.

Уильям Морис и его анти-индустриальные постулаты. «Искусства и ремесла» – движение за возвращение к идеалам ручного труда. Создание гарнитур Чосер, Экмана и

возникновение понятия: дизайн. Шаги художников и гравёров к пониманию графики как профессии.

Стиль «модерн» – первый интернациональный стиль. Идея стилистической цельности, универсальные принципы проектирования. Влияние японской гравюры и классической живописи на графический язык модерна. Альфонс Муха и его творческий путь. Идея синтеза искусств. Проникновение нового стиля в архитектуру, живопись и графику. А. Гауди, П. Гоген, П. Боннар, Г. Климт, Э. Мунк, Обожествление женского образа и использование его в рекламных обращениях. Мода на всё томное, изысканное и неземное. Эстетический кризис в промышленном производстве, конец XIX века. Потребность рекламы в фирменном стиле, фирменной идентификации, унификации графического языка и ограничения, кризис идеалов стиля «модерн».

Графический стиль «реализм» и информационные задачи. Перемены в технологии производства печатной продукции. Появление фотографии и потребности общества в информации. Появление научных и политических журналов. Новый взгляд на периодику, радикальность стилистики реализма.

Тема 7. Сущность, функции и структура рекламы.

Демонстративное поведение человека и набор коммуникативных приемов, служащих социальному обмену информацией. Протореклама – как первый исторический этап развития рекламной индустрии.

Определение понятия рекламы. Анализ пяти составляющих черт рекламы: оплаченная форма коммуникации; идентификация; способ воздействия на потребителя; охват аудитории; неличный характер обращения. Выявление пяти типов основных подходов при создании рекламного обращения: экономический, психологический, информационный, социологический и социокультурный.

Функции рекламы в обществе: экономические, социальные, коммуникативные, формирование потребительской идеологии, суггестивные и эстетические.

Структура рекламы: стратегия, креативная идея, исполнение, медиасредство. Принцип, по которому работает реклама. Сравнительный анализ брендов: «Коркунов», «Рафаэлло», «Комильфо». Связь графического сопровождения бренда с условиями его использования.

Тема 8. Основные этапы развития рекламы в Западной Европе и Америки от античности до Нового времени.

Виды рекламы, доставшиеся от античного общества. Жанр объявлений, развернутая реклама и политическая реклама. Потребность в массовой информации. Определение и характеристика трех временных периодов Средневековья. Экономические и социальные процессы Раннего Средневековья в Европе. V-X вв. и возврат к архаичности. Отсутствие профессионального рекламного языка. Демонстративное оформление общественных акций.

Развитое Средневековье, урбанизация и «рекламные» профессии: глашатаи и герольды. XII-XIV вв. и коммерциализация рекламы, возникновение цеховой геральдики и торгово-производственной эмблематики как совокупность знаков отличия.

Значение символов и цветов в средневековой геральдической культуре. Элементы презентации. Цеховые демонстрационные акции. Выставки. Религиозная реклама. Вывески как ориентация в городе. Гравюра и ксилография – технологии, влияющие на возникновение афиши, листовки, каталога и манускрипта.

Печатный станок Иоганна Гуттенберга и последствия для распространения информации. XV-XVI вв. и новые рекламные жанры. Возникновение типографий и издательств. Требования к фирменной идентификации и первые фирменные знаки. Экслибрисы, эмблемы и торговые карточки.

Графическая культура Позднего Средневековья в Европе. Влияние идеалов Эпохи Возрождения на графический стиль печатной продукции. Обращение к классическим идеалам.

Начало журналистики в Европе и возникновение первых информационных бюро. Создание первой газеты и ее пространственное распространение. 1657 год – первое рекламное агентство Кромвеля Нетхема и первый профессиональный журнал. Джон Хоутон – отец английской рекламы.

Переход рекламы в межличностные отношения. Журналист американской рекламы – Бенджамин Франклин и его «Пельсильванская газета». Связь американской рекламы с культурой массовых коммуникаций материка.

Тема 9. Развитие рекламы в Западной Европе и Америки XIX-начала XX века.

XIX век как эпоха перелома в рекламной коммуникации. Период войн и переоценка социальных ценностей. Экономическое развитие Англии, ее успехи в новых технологиях. Комплексные рекламные агентства, «перекрестные» творческие задачи и инновации в рекламе.

Становление иллюстрированных периодических изданий, деление их по тематическим направлениям. Начало иллюстрированной рекламы в прессе. Журнал «Farmer». Вторая половина XIX века и плакатный бум.

Монументальная живопись – как предплакатная форма рекламы. Ассоциация плакатистов. Массированные рекламные кампании.

Реклама во Франции: традиции и новаторство.

Художественные приемы живописи и графики, заимствованные рекламой. Японская гравюра XVIII-XIX вв. и ее влияние на европейскую культуру XIX века. Ксилография. Кацусика Хокусай, импрессионисты.

Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека. Теофиль Стейнлен и коммерческий плакат. Особенности плакатной графики Альфонса Мухи. Обри Бердслей.

Направления развития рекламы в Германии. Обновление традиций: вещь и «тевтонский стиль». Люциан Берхард и его рекламные графические образы. Приманки премиальной торговли.

Витрина как зеркало рекламного дела. Первая упаковка. Рекламные марки продукции. Выставки как общеевропейский рекламный жанр.

Технический прогресс и бум товаров потребления. Влияние развития рекламы в Европе на североамериканскую рекламу. Рекламная изобретательность Финеаса Тэйлора Барнума. Изобретательность газетной рекламы. Патентная лихорадка.

Рекламный процесс в Европе, Америке в начале XX века. Рекламные агентства полного цикла. Первый медиаброкер. Экспансия рекламы. Товарные знаки. Упаковка.

Особенности рекламной индустрии в США. Цветная реклама американских журналов. Рекламные агентства полного цикла. Реклама автомобилей и технических новинок.

Джон Пауэрс – гениальный сочинитель рекламных текстов. Раймонд Рубикам, Теодор Макманус и «атмосферный стиль».

Начало научных исследований рекламной деятельности. Капитализация прессы и изменение рекламной тактики. Изучение психологических, экономических и социальных факторов влияющих на успех продаж. Профессия маркетолог. Отличие рекламных процессов Европы и Америки. Лидирующее положение Америки в рекламе и насыщенная культурная жизнь в Европе. Плакатный бум во Франции. Эстетика промышленного производства в Англии. Люциан Бернхард и «Тевтонский стиль» в Германии.

Тема 10. Стили графического дизайна в начале XX века «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм». Графический дизайн и реклама как отражение эстетических представлений общества.

Заказы на фирменные стили и графическое проектирование. Петер Беренс и его вклад в формирование профессии дизайнера. Значение его работы для фирмы AEG. Комплексный подход в проектировании.

Создание Немецкого веркбунда. Связь искусства с повседневной жизнью. Начало нового века и новая действительность. Кубизм – первый новаторский опыт. Два направления в экспериментах: материальное и иррациональное.

Графический дизайн – возникновение отрасли. Американский графический институт в Нью-Йорке. Первая мировая война и особые условия развития американского общества. Рекламное обращение Джеймса Монтгомери. Функциональное использование графического дизайна американской рекламой. Организация Art Directors Club. Появление термина «графический дизайн» и Вильям Двиггинс. Разница между европейским и американским взглядом на эту профессию.

Тема 11. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко».

Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне.

Функционализм и Адольф Лоос. Коммуникативная функция графического дизайна. Создание Баухауза и его роль в развитии и осознании дизайна как профессии. Вальтер Гропиус. Герберт Байер. Йозеф Альберс. Юст Шмидт.

Графический язык школы. Принципы: структурирование, упорядочение и систематизирование. Шрифт Universal. Общие черты архитектуры и типографики функционализма. Чихольд и его принципы: как сделать книгу. Изменение политических и социальных условий в Германии 1933 года. Закрытие Баухауза и первая волна творческой иммиграции в Америку. Проникновение идей и Герберт Миллер.

Голландская школа графического дизайна. Связь школы с традицией классического искусства. Журнал «Still» и группа голландских архитекторов, дизайнеров. Тео Ван Дусбург. Вилмос Гузар. Бат Ван дер Лек. Идеи «типо-рекламы» воспринятые Сесаром Домелой, Питером Звартом и Паулем Шутемой. «Де-стиль» или неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна. Абстракционизм Пита Мандриана. Пит Звард и его работа для Голландской Кабельной Фабрики в Делфте.

Ар деко – «последний большой стиль». Международная выставка декоративного искусства и промышленности, 1925 год, Париж и ее последствия. «Русские сезоны» Дягилева. Архитектура стиля «ар деко». Одиннадцать факторов влияющих на формирование эстетики данного стиля.

Фовизм – направление французской живописи и Streamline Moderne. Анри Матисс и локальный, непредметный цвет.

Манифест Филиппо Томмазо Маринетти и футуризм. Джино Северини. Джакомо Балла. Умберто Боччони.

«Эпоха потерянного поколения» и эклектика «роскошных» стилей. Ар деко, рисованная иллюстрация и изменение подхода при проектировании обложек журналов. Решение рекламных задач: узнаваемости и идентификации. Влияние ар-деко на работу рекламных агентств Америки при разработке знаков и фирменного стиля. Обложки журнала «Вог».

Тема 12. История рекламно-плакатной графики. Разновидности плаката.

Графический дизайн и реклама Рекламная графика «малых форм»: иллюстрированная бумага, пригласительные карточки, фирменные бланки и открытки. Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции. Театральный плакат А. Тулуз-Лотрека. Роль Жюль Шере в развитии европейского плаката. Декоративно-рекламные плакаты Альфонса Мухи, Пьера Боннара, Густава Климта.

Американский путь развития рекламы. Регулирование рекламных приемов. «Клуб потребителей». Рекламные агентства Америки. Lord & Thomas. Рекламные кампании Клода Хопкинса. Графические стили авангарда 1920-х – 1930-х гг. и рекламные технологии. А. Кассандр. Л. Марфурт. «Станковизм» в рекламе. Шаблонные приемы и кризис рекламной индустрии. Плакаты Норманна Рокуэлла.

Эмиграция и образ графического искусства в Соединенных Штатах в 1940-1950 гг.

Создание «массового рынка» и «массовой потребительской идеологии». Культ вещи. Массовое рекламное искусство. Диктат маркетинговых технологий в 1960-1970 гг. Американская рекламная графика 1930-1950 гг.

Фетишизация предмета рекламой. Реклама фирмы «Кока-Кола». Реакция общества и искусства на массовую потребительскую культуру. Поп-арт. Эстетика.

Идеология потребления в Америке. Разрушение стереотипов массового мышления. Энди Уорхол, Клаас Олденбург, Том Весселман, Джеймс Розенквист, Рой Лихтенштейн, Роберт Раушенберг. Реклама в графической стилистике поп-арт. Реклама коллекции *Delicious Art*. Проект *Green Label Apt* компании «Pepsi».

Рекламные коллажи 1950-1960-х г. в Западной Европе и Северной Америке. Графическая реклама Энди Уорхолла и Джеймса Розенквиста.

Тема 13. Основные этапы развития рекламной графики и плаката в дореволюционной России.

Эволюция лубочного творчества в России в XIX веке. Афиши подписные, театральные, балаганные. Городские шрифтовые и изобразительные вывески. Появление фирменного знака в России и исходный образ фабричной марки. Упаковка как товарный знак.

Русские журналы и изменение мировоззрения общества. Шрифт как самодостаточный элемент печати, прием структурирования страницы.

Прогресс в русской полиграфии конца XIX - начала XX века. Афиши рекламного характера. Расцвет рекламной графики в России. Прикладные формы рекламной графики: упаковка, этикетки, фирменные знаки и пр. Основные художественные направления в рекламной графике: неорусский стиль, стиль модерн, коммерческая реклама и т. д.

Российский рекламный плакат. Малые рекламные формы.

Роль художественного объединения «Мир искусства» в развитии рекламной графики и театральном плакате. Рекламные и театральные афиши М. Врубеля, В. Васнецова, Л. Бакста, К. Сомова. Разнообразие шрифтов в типографической и графической русской культуре. Ежегодные конкурсы под покровительством Русского технического общества на шрифтовые работы по определенной теме. Шрифт С. Чехонина.

Тема 14. Книга как объект графического дизайна. Книга в творчестве «мирискусников».

Отношение художников объединения «Мир искусства» к книге как к художественному ансамблю и произведению искусства. Роль А. Бенуа в развитии детской книги. Книжные издания К. Сомова, М. Добужинского и др. Основные принципы оформления журнала «Мир искусства».

Тема 15. Графический дизайн в послереволюционной России и художественный авангард.

Государственная поддержка авангардных течений в искусстве Советской России. Развитие агитационно-массового искусства. Движение «Производственное искусство» - основа отечественного дизайна. Роль футуризма в развитии эстетики русского графического дизайна.

Концепции супрематизма и конструктивизма в графическом дизайне России. Супрематизм и суперграфика.

Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников. Использование графических приемов рекламы в кино.

Конструктивизм как новая концепция формообразования. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна.

Организация ИНХУКа (1920) и его роль в развитии «производственного искусства».

Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства, создание агитационных установок для улиц и площадей — пространственных и динамических лозунгов, радиотрибун, кинофотостендов.

Фотомонтаж как новый метод создания острых, агитационно-массовых форм искусства.

ВХУТЕМАС-первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна.

Деятельность Л.М. Лисицкого, его синтез концептуальных моментов конструктивизма, супрематизма и своих идей в практике полиграфии, выставочных экспозициях и дизайне предметов. Проуны Лисицкого.

Л. С. Попова ее роль в развитии графического дизайна и текстиля.

В.Ф. Степанова, совместная работа с Л.С. Поповой в орнаментации тканей и разработке прозодежды.

Создание реклам-конструкторов. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий.

Новая эстетика отечественного плаката, использование фотомонтажа, новых выразительных средств.

Принципы футуризма в поэзии. Велимир Хлебников, Владимир Маяковский и Игорь Северянин — представители футуризма в России. Футуристы и новый подход к формообразованию. Беспредметный цвет и эстетизация скорости и технического прогресса.

Новая эстетика футуристов как знак нового времени и мировоззрения. Особенности типографики футуристических изданий. Влияние этого направления на современный графический дизайн.

Шрифтовые композиции. Представители этого направления в России. В. Татлин, П. Филонов, М. Шагал, А. Экстер, Н. Гончарова, Э. Лисицкий, В. Кандинский, К. Малевич.

Конструктивизм и его принципы. Владимир Татлин — родоначальник нового направления. Россия — как центр «новой графики». Л. Попова, А. Ганн, В. Степанова, В. Стейберг, А. Родченко. Влияние конструктивизма на развитие мирового графического искусства.

Конструктивизм и периодика. Типографика журналов «ЛЕФ», «Новый ЛЕФ», «Строительство Москвы», «Вещь», «Архитектура», «Merz», «Red». Шрифтовые предпочтения стиля. Краткие сведения об истории русских типографских шрифтов в начале XX века.

Супрематизм и Казимир Малевич. Выставка 1915 года «Ноль-десять» как первая заявка авангардного стиля. Теория супрематизма. Выработка нового графического языка. Голландский «неопластицизм» и «супрематизм» — сравнительный анализ.

ИНХУК — институт художественной культуры и журнал «Современная архитектура». Особенности супрематической типографики.

Особенности рекламной графики в 1920-х — 1930-х гг. Советская эмблематика. Реклама в журналах. Политический плакат. Возобновление выставочной деятельности. Стилистические приемы рекламного плаката. Торгово-промышленная реклама как средство рекламной коммуникации и агитпропаганды. Экспортная торговля и знак.

Типографика и фотомонтаж. Реклама как институт тоталитарной власти. Принципы станковизма и эпоха социалистических утопий. Театральный и кино-плакат.

Тема 16. Футуристическая книга в России.

Будетлянские книги как лаборатория графического дизайна. Книга на перекрестье литературных, живописных и визуально-графических концепций. Создание авторской книги. Техники тиражирования: от обычной высокой печати и литографии до коллажа и стеклогрфии. Первое российское футуристическое издание — поэтический сборник «Садок судей» (1909). Манифест Д. Бурюка, В. Маяковского, А. Крученых, В. Хлебникова.

Авторская графика. Новые приемы и техники в визуализации текста: коллаж, наклейка, сборка книжки из разноцветных страниц, нередко неровно обрезанных и разного формата; игра с типографским набором.

Опыты О. Розановой в графическом дизайне.

Экспериментальная книга 1920-х гг. и ее связь с визуальным творчеством. Обогащение книжного и графического дизайна новыми приемами. Принцип симультанизма — одновременности восприятия, т. е. перевод звука в типографский жест.

Футуризм как направление, создавшее новую визуальную проектную культуру.

Тема 17. Графический дизайн в наружной и телевизионной рекламе. Виды наружной рекламы.

Развитие наружной рекламы в России: дощатые щиты, вывески, настенные щиты, реклама на установках «призмавижен», реклама на тумбах.

Основные способы изготовления рекламного изображения для биллбордов: живопись, полиграфия, аппликация самоклеющимися пленками, цифровая широкоформатная печать.

Современные технологии в рекламе: струйные технологии печати или электростатический метод нанесения изображения, компьютерная полноцветная печать на виниловом полотне.

Реклама на городской мебели: все, что находится на пешеходной части улиц: информационные стенды (например, с картой города), телефонные кабины, павильоны ожидания городского транспорта, киоски, уличные часы, скамейки и т. д.

«Столбовая» реклама. Рекламные установки на крышах зданий. Реклама на дисплеях как один из эффективных видов наружной рекламы.

Текстовая информация, мультипликация, компьютерная графика, видеоролики. Реклама на транспорте, на мостах, путепроводах и над проезжей частью.

Телевидение как самый мощный канал информационного воздействия. Принципы структурирования программ по потребительским группам. Реклама и телевидение. Медиапланирование и телевидение. Приемы психологического воздействия. Телевидение как отражение социальной, экономической и политической жизни общества. Формирование эстетических предпочтений в обществе.

Телевизионная реклама и ее разновидности: рекламные ролики: игровые, документальные, мультипликационные;

Реклама в контексте телевидения: спонсорство популярных передач, косвенная реклама во время телетрансляции, бегущая строка и дикторский текст, размещение товарного знака, девиза рекламодателя на экране во время демонстрации заставки, прогноза погоды и т. п.

Телеканал — как бренд со всеми чертами идентификации (графика, цвет, образ ит.д.). Сравнительный анализ политики нескольких телеканалов и их брендов. Характерные особенности возрастных телеканалов. Проблемы восприятия.

Принципиальные различия ТВ-каналов. Формирование потребительских групп и борьба за высокий рейтинг программ. Маркетинговые и дизайнерские приемы создания бренда телеканала.

Тема 18. Стили в графическом дизайне конца XX века: «модернизм», «постмодернизм» и общие тенденции развития. Графический дизайн и реклама в эпоху современных информационных технологий.

Швейцарский международный стиль. Генезис и развитие теоретических принципов новой типографики в Германии. Социокультурные и интеллектуальные предпосылки развития новой типографики. Абстрактное искусство и новая типографика в Швейцарии. Становление как первый этап развития стиля, 1930-1940 гг. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля, 1940-1960 гг. Представители школы: М.Билл, Э. Келлер, А. Фрутигер, А. Хоффманн. Й. Миллер-Брокманн. Типографика и Э. Рудер, позиция мастера. Предпосылки к переменам. Типографика «новой волны» или «швейцарский панк» и принципы обновления, 1970-х — 1980-х гг. Основатель «новой

волны» в типографике Д.Фридман. Э. Грейман. В. Кунц. Шрифты «новой волны». Влияние стиля на развитие мирового графического дизайна.

Новый модернизм. Зарождение нового модернизма в Америке. Герберт Байер и «Новый Баухауз». Йозеф Альберс и факультет графического дизайна при Йельском университете. Идеи авангарда и новое поколение. Определение «модернизм» и видение его как поиски графической выразительности в первой половине XX века. Пол Рэнд. Альвин Ластиг. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта». Лучшие работы по фирменной идентификации, повлиявшие на развитие жанра. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций. Ульям Голден. Бредбери Томпсон. Рид Майлз. Герб Любалин и шрифтовой дизайн.

Поп-арт как преддверие «постмодернизма» и бунт против порядка. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм». Поп-культура 1970-х в США и радикальные течения дизайна, новые формы графического языка. Понятие «постмодернизм» или «постмодерн». «Постмодернизм», его эстетические взгляды как феномен общественной жизни. Разрушение постулата: «форма следует за содержанием». Поль Шер и «ретро-стили». Плюрализм эстетических взглядов. Авторский подчёрк дизайнера. Стефф Гайсбулер. Герберт Меттер. Мильтон Глейзер. Девид Карсон. Руди Вандерланс. Барри Дек. Сол Басс. Боб Ван Дейк.

Война дизайнеров за национальное лицо, индивидуальность и непоследовательность. При всем разнообразии стилей постмодернизма, их объединяет эклектика, отсутствие стойкого мировоззрения и большая или меньшая доля абсурда, иррациональности. Нью-йоркская студия «Push Pin» (кнопка), в 1960-е по-своему возродившая кустарную эстетику движения «Arts and Crafts». Влияние цифровых технологий на развитие графического дизайна.

Представление об интернете как о глобальной системе коммуникации. Проблемы, связанные с использованием интернета. Визуальные приемы web-дизайнеров. В чем сложность работы с аудиторией, проблемы восприятия. Положительные и отрицательные стороны этой системы коммуникаций. Роль интернета в жизни общества.

Интернет и рекламные технологии. Особенности восприятия информации. Новые требования к графической стилистике рекламы и web-дизайнерам. Зарождение контекстной рекламы в Рунете в 1998 году. Первые контекстные баннеры на Яндексе.

Вирусная реклама. Интернет, интерактивные средства связи, молодежь и новая эстетика эпохи современных технологий. Типографика и интернет. Перспективы развития и проблемы информационного воздействия. Сравнительный анализ традиционных и новейших средств рекламы.

Распространение машиной (компьютерной) графики — явление, отражающее совокупность приемов и действий, обуславливающих автоматизацию процессов подготовки, преобразования и воспроизведения графической (визуальной) информации с помощью ЭВМ. Использование машинной графики во всех видах графического дизайна, в том числе телевизионной графике (телевизионные заставки, клипы, телереклама и пр.).

Практические занятия

№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
Тема 1. Специфика, сущность и функции графического дизайна. Средства художественной выразительности графического дизайна.	1. Истоки графического дизайна 2. Функции графического дизайна 3. Художественно-образные средства графического дизайна	Презентации опрос
Тема 2. Особенности проектно-художественной деятельности графического дизайнера.	1. Виды графического дизайна 2. Особенности промышленной графики. 3. Графический дизайн и реклама.	Презентации опрос

№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
	4. Промышленная графика.	
Тема 3. Графический дизайн и фирменный стиль.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Истоки формирования фирменного стиля. 2. Основные принципы и составляющие элементы фирменного стиля. 3. Фирменный стиль и товарный знак. 4. Этапы разработки фирменного стиля. 	Презентации опрос
Тема 4. Графический дизайн и его роль в визуальных коммуникациях	<ol style="list-style-type: none"> 1. Функции визуальных коммуникаций. 2. Визуально-графические элементы в коммуникациях. 3. Особенности проектирования систем визуальных коммуникаций. 	Презентации опрос реферат
Тема 5. Графический дизайн и упаковка.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Упаковка как элемент фирменного стиля. 2. Этикетка как важный элемент упаковки. 3. Разновидности упаковки 4. Роль высоких технологий в развитии упаковки 	Презентации опрос
Тема 6. История графического дизайна. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм».	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные этапы развития графического дизайна. 2. Графический стиль «барокко». 3. Стиль «классицизм» XIX века и его роль в журнальной эстетике. 4. «Викторианский стиль» и становление индустрии рекламы. 5. Стиль модерн и его унификация графического языка 	Дискуссия
Тема 7. Сущность, функции и структура рекламы.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Протореклама – как первый исторический этап развития рекламной индустрии. 2. Функции рекламы в обществе. 3. Структура и принципы рекламы 	Презентации опрос
Тема 8. Основные этапы развития рекламы в Западной Европе и Америки от античности до Нового времени.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама Древнего мира. 2. Реклама эпохи Средневековья. 3. Реклама эпохи Возрождения. 4. Реклама Нового времени. 5. Формирование американской рекламы. 	Дискуссия
Тема 9. Развитие рекламы в Западной Европе и Америки XIX-начала	<ol style="list-style-type: none"> 1. Становление иллюстрированных периодических изданий. 	Блиц-опрос

№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
XX века.	2. Развития рекламы в Германии. 3. Рекламная индустрия в США XIX века.	
Тема 10. Стили графического дизайна в начале XX века «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм». Графический дизайн и реклама как отражение эстетических представлений общества.	1. Роль «Немецкого Веркбунда» в развитии графического дизайна. 2. Футуризм и его влияние на графический дизайн. 3. Влияние конструктивизма на графический дизайн 4. Супрематизм в графическом дизайне.	Презентации опрос
Тема 11. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко».	1. Баухауз и его роль в развитии графического дизайна. 2. Голландская школа графического дизайна. 3. Неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна 4. Ар деко и его роль в развитии графического дизайна.	Презентации опрос
Тема 12. История рекламно-плакатной графики. Разновидности плаката	1. Графический дизайн и реклама. 2. Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции. 3. Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека. 4. Плакатная графика Альфонса Мухи. 5. Американский путь развития рекламы в XX веке.	Презентации опрос
Тема 13. Основные этапы развития рекламной графики и плаката в дореволюционной России.	1. Лубок в России XIX века и его роль в становлении графического дизайна. 2. Рекламная графика в дореволюционной России. 3. Прикладные формы рекламной графики. 4. Рекламные и театральные афиши художников «Мир искусства».	Презентации опрос
Тема 14. Книга как объект графического дизайна. Книга в творчестве «мирискусников».	1. А. Бенуа и его роль в развитии детской книги. 2. Графический дизайн К. Сомова. 3. Книжные издания М. Добужинского и др. 4. Основные принципы оформления журнала «Мир искусства».	Презентации опрос
Тема 15.	1. Роль футуризма в развитии	Дискуссия

№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
Графический дизайн в послереволюционной России и художественный авангард.	<p>эстетики русского графического дизайна.</p> <p>2. Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников.</p> <p>3. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна.</p> <p>4. Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства.</p> <p>5. ВХУТЕМАС-первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна.</p> <p>6. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий.</p> <p>7. Новая эстетика плаката и рекламной графики.</p>	
Тема 16. Футуристическая книга в России.	<p>1. Будетлянские книги как лаборатория графического дизайна.</p> <p>2. Авторская книга.</p> <p>3. Экспериментальная книга 1920-х гг. и ее связь с визуальным творчеством.</p>	Презентации опрос
Тема 17. Графический дизайн в наружной и телевизионной рекламе. Виды наружной рекламы	<p>1. Театральный и кино-плакат.</p> <p>2. Виды наружной рекламы в России.</p> <p>3. Телевизионная реклама и ее разновидности.</p> <p>4. Реклама в контексте телевидения.</p>	Презентации опрос
Тема 18. Стили в графическом дизайне конца XX века: «модернизм», «постмодернизм» и общие тенденции развития. Графический дизайн и реклама в эпоху современных информационных технологий.	<p>1. Новая типографика в Германии.</p> <p>2. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля.</p> <p>3. Новый модернизм. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта»</p> <p>4. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций.</p> <p>5. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм».</p> <p>6. Интернет и рекламные технологии.</p>	Блиц-опрос Презентации, Тестирование

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

обучающихся по дисциплине (модулю)

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия, разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «История графического дизайна», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru и библиотеке Института.

1. Бенуа А. Н. История живописи всех времен и народов, М.: Директ-Медиа, 2003 – доступ ЭБС Института
режим доступа http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=36372&sr=1
2. Ревалд Д. История импрессионизма, М.: Директ-Медиа, 2009 - доступ ЭБС Института
режим доступа http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=41541&sr=1

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ОК-1, ОК-7, ОПК-1, ПК-4 формируются в 3 и в 4 семестрах учебного года, на втором этапе освоения образовательной программы (ОПОП).

В рамках учебной дисциплины «История графического дизайна» выделяются четыре этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы студентов с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1 Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-5 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и	Этап 1: Темы: 1-9	особенности и периодизацию развития истории графического дизайна, типологию фирменных стилей, визуальных коммуникаций	анализировать процессы и явления, происходящие в истории графического дизайна;	понятийно-категориальным аппаратом в области графического дизайна;

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
межкультурного взаимодействия	Этап 2: Темы: 10-18	особенности и периодизацию развития истории графического дизайна, типологию фирменных стилей, визуальных коммуникаций	анализировать проектные ситуации с точки зрения информационных технологий и графических средств	способами совершенствования профессиональных знаний и умений
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	Этап 1: Темы: 1-9	современные стилевые тенденции в графическом дизайне, взаимодействие и взаимовлияния графического дизайна разных стран	отстаивать свою точку зрения, проявляя принципиальность в дискуссиях	способами установления контактов и поддержания технологиями приобретенных знаний;
	Этап 2: Темы: 10-18	современные стилевые тенденции в графическом дизайне, взаимодействие и взаимовлияния графического дизайна разных стран	отстаивать свою точку зрения, проявляя принципиальность в дискуссиях	навыками ведения дебатов и дискуссий
ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Этап 1: Темы: 1-9	хронологию развития графического дизайна; основные тенденции,	системно анализировать различные тенденции стилей на разных этапах исторического развития;	приемами и навыками изображения в создании новых стилей; способами стилизаций, необходимых для решения творческих задач;

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
	Этап 2: Темы: 10-18	основные тенденции, присущие графическому дизайну; национальные особенности стилей; тенденции развития в современном графическом дизайне; школы современного графического дизайна	учитывать различные контексты (социальные, культурные, национальные и т.д.), в которых протекают стилевые изменения	способами осуществления психолого-педагогической поддержки и сопровождения; способами совершенствования профессиональных знаний и умений
ОК-8 способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Этап 1: Темы: 1-9	Знать традиционное и новаторское в изменениях графического дизайна, ценить национальные и стилевые особенности, культурное западно-европейское и отечественное наследие в области графического дизайна	проектировать художественно-образовательный процесс с использованием современных технологий, соответствующих общим и специфическим закономерностям и особенностям возрастного развития личности;	способами установления контактов и взаимодействия с другими субъектами художественно-образовательного процесса;
	Этап 2: Темы: 10-18	Знать традиционное и новаторское в изменениях графического дизайна, ценить национальные и стилевые особенности, культурное западно-европейское и отечественное наследие в области графического дизайна	проектировать элективные курсы с использованием последних достижений наук; использовать в образовательном процессе разнообразные ресурсы, в том числе потенциал других учебных предметов; участвовать в общественно - профессиональных дискуссиях	способами установления контактов и поддержания технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК-4 способностью применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании	Этап 1: Темы: 1-9	основные закономерности историко-культурного развития человека и стилевых изменениях, эволюцию графического дизайна и их влияние на сущность и структуру художественных процессов в обществе;	учитывать различные контексты (социальные, культурные, национальные и т.д.), в которых протекают художественные процессы; проектировать интерактивные курсы с использованием последних достижений наук;	способами осуществления психолого-педагогической поддержки и сопровождения; способами совершенствования профессиональных знаний и умений;
	Этап 2: Темы: 10-18	тенденции мирового историко-художественного, и культурного процессов; особенности современного этапа развития графического дизайна	анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы в области графического дизайна	способами установления контактов взаимодействия с другими субъектами художественно-образовательного процесса
ПК-4 способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта	Этап 1: Темы: 1-9	ценностные основы профессиональной и творческой деятельности; способы взаимодействия бакалавра с различными субъектами художественно - культурного процесса; системе	использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в профессиональной деятельности;	способами проектной и инновационной деятельности в сфере графического дизайна;

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
	Этап 2: Темы: 10-18	ценностные основы профессиональной и творческой деятельности; способы взаимодействия бакалавра с различными субъектами художественно - культурного процесса; системе	применять теоретические знания в процессе решения задач профессиональной деятельности;	способами установления контактов и поддержания технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; навыками самооценки, самоконтроля

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ОК-1, ОК-7, ОПК-2, ПК-4 (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются либо традиционной системой оценивания, либо БРС)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций	Шкала оценивания (БРС)
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)		
1 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Опрос	0-60 баллов
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения		
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки		
2 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Опрос	0-60 баллов
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения		
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки		
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения		
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки		

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме зачета и зачета с оценкой.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

Примерные вопросы для устного опроса:

1. Истоки графического дизайна
2. Функции графического дизайна
3. Художественно-образные средства графического дизайна
4. Виды графического дизайна
5. Особенности промышленной графики.
6. Графический дизайн и реклама.
7. Промышленная графика.
8. Истоки формирования фирменного стиля.
9. Основные принципы и составляющие элементы фирменного стиля.
10. Фирменный стиль и товарный знак.
11. Этапы разработки фирменного стиля.
12. Функции визуальных коммуникаций.
13. Визуально-графические элементы в коммуникациях.
14. Особенности проектирования систем визуальных коммуникаций.
15. Упаковка как элемент фирменного стиля.
16. Этикетка как важный элемент упаковки.
17. Разновидности упаковки
18. Роль высоких технологий в развитии упаковки
19. Основные этапы развития графического дизайна.
20. Графический стиль «барокко».
21. Стиль «классицизм» XIX века и его роль в журнальной эстетике.
22. «Викторианский стиль» и становление индустрии рекламы.
23. Стиль модерн и его унификация графического языка
24. Протореклама – как первый исторический этап развития рекламной индустрии.
25. Функции рекламы в обществе.
26. Структура и принципы рекламы
27. Реклама Древнего мира.
28. Реклама эпохи Средневековья.
29. Реклама эпохи Возрождения.
30. Реклама Нового времени.
31. Формирование американской рекламы.
32. Становление иллюстрированных периодических изданий.
33. Развития рекламы в Германии.
34. Рекламная индустрия в США XIX века.

(всего 6 вопросов) – 5 баллов за каждый правильный ответ

6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций

1. Роль «Немецкого Веркбунда» в развитии графического дизайна.
2. Футуризм и его влияние на графический дизайн.

3. Влияние конструктивизма на графический дизайн
4. Супрематизм в графическом дизайне.
5. Баухауз и его роль в развитии графического дизайна.
6. Голландская школа графического дизайна.
7. Неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна
8. Ар деко и его роль в развитии графического дизайна.
9. Графический дизайн и реклама.
10. Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции.
11. Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека.
12. Плакатная графика Альфонса Мухи.
13. Американский путь развития рекламы в XX веке.
14. Лубок в России XIX века и его роль в становлении графического дизайна.
15. Рекламная графика в дореволюционной России.
16. Прикладные формы рекламной графики.
17. Рекламные и театральные афиши художников «Мир искусства».
18. А. Бенуа и его роль в развитии детской книги.
19. Графический дизайн К. Сомова.
20. Книжные издания М. Добужинского и др.
21. Основные принципы оформления журнала «Мир искусства».
22. Роль футуризма в развитии эстетики русского графического дизайна.
23. Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников.
24. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна.
25. Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства.
26. ВХУТЕМАС-первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна.
27. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий.
28. Новая эстетика плаката и рекламной графики.
29. Будетлянские книги как лаборатория графического дизайна.
30. Авторская книга.
31. Экспериментальная книга 1920-х гг. и ее связь с визуальным творчеством.
32. Театральный и кино-плакат.
33. Виды наружной рекламы в России.
34. Телевизионная реклама и ее разновидности.
35. Реклама в контексте телевидения
36. Новая типографика в Германии.
37. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля.
38. Новый модернизм. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта»
39. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций.
40. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм».
41. Интернет и рекламные технологии.

(всего 6 вопросов) – 5 баллов за каждый правильный ответ

6.3.3. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету, 3 семестр

1. Сущность, истоки, функции, художественно-образные средства графического дизайна
2. Виды графического дизайна и их характеристика.

3. Графический дизайн и реклама, принципы взаимодействия
4. Истоки, основные принципы и составляющие элементы формирования фирменного стиля.
5. Фирменный стиль и товарный знак.
6. Этапы разработки фирменного стиля.
7. Графический дизайн и визуальные коммуникации. Визуально-графические элементы в коммуникациях. Особенности проектирования систем визуальных коммуникаций.
8. Упаковка как элемент фирменного стиля. Разновидности упаковки. Роль высоких технологий в развитии упаковки.
9. Этикетка как важный элемент упаковки.
10. Протореклама – как первый исторический этап развития рекламной индустрии.
11. Реклама Древнего мира.
12. Реклама эпохи Средневековья.
13. Реклама эпохи Возрождения.
14. Реклама и рекламные жанры Нового времени.
15. Формирование американской рекламы Нового времени.
16. Становление иллюстрированных периодических изданий в Западной Европе Нового времени.
17. Основные этапы развития графического дизайна, стилевые направления в графическом дизайне («барокко», «классицизм», «викторианский стиль») и становление индустрии рекламы.
18. Стиль модерн и его унификация графического языка.
19. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко».
20. Структура, принципы и функции рекламы в обществе.
21. Рекламная индустрия в США XIX века.
22. Сравнительная характеристика образцов рекламы Франции, Англии, Америки и России XIX века.
23. Роль «Немецкого Веркбунда» в развитии графического дизайна.
24. Футуризм и его влияние на графический дизайн.
25. Влияние конструктивизма на графический дизайн..
26. Супрематизм в графическом дизайне.
27. Баухауз и его роль в развитии графического дизайна.
28. Голландская школа графического дизайна.
29. Неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна
30. Ар деко и его роль в развитии графического дизайна.
31. Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции.
32. Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека.
33. Плакатная графика Альфонса Мухи.
34. Американский путь развития рекламы в XX веке.
35. Лубок в России XIX века и его роль в становлении графического дизайна.
36. Рекламная графика в дореволюционной России.
37. Прикладные формы рекламной графики в России.
38. Рекламные и театральные афиши художников «Мир искусства».
39. А. Бенуа и его роль в развитии детской книги.

Устный ответ - 15 баллов за каждый вопрос. Всего 30 баллов

Вопросы к зачету с оценкой, 4 семестр

1. Графический дизайн К. Сомова.
2. Книжные издания М. Добужинского и др.
3. Основные принципы оформления журнала «Мир искусства».

4. «Неорусский» стиль в графическом дизайне России.
5. Роль «Русских сезонов» в развитии рекламы, театрального плаката.
6. Роль футуризма в развитии эстетики русского графического дизайна.
7. Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников.
8. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна.
9. Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства.
10. ВХУТЕМАС-первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна.
11. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий.
12. Новая эстетика плаката и рекламной графики.
13. Будетлянские книги как лаборатория графического дизайна.
14. Экспериментальная книга 1920-х гг. и ее связь с визуальным творчеством.
15. Театральный и кино-плакат в России, основные этапы развития.
16. Сравнительная характеристика графических и технологических приемов двух из стилей на основе журнальной обложки (на выбор): «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм».
17. Типографика. Этапы трансформации профессии. Э.Рудер.
18. Виды наружной рекламы в России.
19. Сравнительная характеристика советского плаката и американской рекламы.
20. Реклама в контексте телевидения. Телевизионная реклама и ее разновидности.
21. Новая типографика в Германии XX века.
22. Сравнительная характеристика русской и немецкой рекламы XX века: общее и особенное.
23. Американская реклама 1930-х – 1950-х годов
24. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля.
25. Новый модернизм. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта»
26. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций.
27. «Постмодернизм», общие тенденции и разнообразие графических школ.
28. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм».
29. Мастера японского графического дизайна, особенности национальной культуры и влияние европейского мировоззрения.
30. Интернет и рекламные технологии.
31. Развитие плакатного искусства в XX в.

Устный ответ - 15 баллов за каждый вопрос. Всего 30 баллов

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «История графического дизайна» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины. Проводится в форме опроса.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (3 семестр) и зачета с оценкой (4 семестр).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения, представляется в балльном исчислении.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде опроса и промежуточная аттестация в виде зачета, зачета с оценкой. К зачету, зачету с оценкой допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы.

Выставление итоговой оценки (зачет) происходит следующим образом:

	Всего, max
Рубежный контроль 1 этап (Опрос)	60
Самостоятельная работа в процессе изучения дисциплины, включая посещаемость и активность на занятиях	10
Итого в процессе изучения дисциплины	70
Зачет (max)	30

Выставление итоговой оценки (зачет с оценкой) происходит следующим образом:

	Всего, max
Рубежный контроль 2 этап (Опрос)	60
Самостоятельная работа в процессе изучения дисциплины, включая посещаемость и активность на занятиях	10
Итого в процессе изучения дисциплины	70
Зачет с оценкой (max)	30

Сумма полученных баллов переводится в оценки по пятибалльной шкале:

Суммарный рейтинговый балл	Российская оценка	Европейская оценка	Соотношение европейских и российских оценок
Менее 40	2	F	2
40-49	2+	FX	2+
50-60	3	E	3-
61-65			3
66-70		D	3+
71-75	4	C	4-
76-80			4
81-85		B	4+
86-90	5	A	5-
91-95			5
96-100			5+
50-70	зачтено	-	-
Менее 50	не зачтено	-	-

Устный опрос (рубежный контроль 1-2 этапы) проводится в учебной аудитории. Студенту сообщается время, отведенное на ответы на вопросы и другая информация (ответы на возникающие вопросы со стороны студентов)

При ответе на вопросы студентам запрещается консультироваться с однокурсниками, использовать телефон, информацию на бумажных и других носителях. По окончании опроса, студентам сообщается оценка (БРС), которая заносится в соответствующую ведомость. Ведомость рубежного контроля предоставляется преподавателем в деканат факультета.

Презентация по дисциплине «История графического дизайна» должна отвечать следующим требованиям:

- полностью раскрывать заданную определенную тему в соответствии с учебным планом,
- включать необходимую текстовую информацию в освещении основных положений темы,
- содержать необходимый иллюстративный материал, наиболее полно раскрывающий тему,
- иллюстрации должны иметь соответствующие подписи, даты указанных произведений,
- структура презентации предусматривает последовательность и доступность изложения темы, наглядность, качественность визуального ряда

Зачет - промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Обучающие заранее получают вопросы к зачету.

На зачете студент отвечает на 2 вопроса. Всего на зачете максимально возможно получить 30 баллов.

При оценке ответа обучающегося на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- языковое оформление ответа.

При проведении зачета учитываются результаты выполнения контрольных заданий, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций - результаты рубежного контроля (максимально 60 баллов) 10 баллов обучающийся может получить за активность на занятиях и посещаемость. Обучающийся получивший в совокупности по результатам обучения от 51-100 баллов получает оценку «зачтено». Если от 0-50 баллов получает оценку «не зачтено».

Отметка **«зачтено»** ставится, если обучающихся способен применять знания, умения в широкой и ограниченной области профессиональной деятельности при решении теоретических и практических задач

Отметка **«не зачтено»** ставится, если обучающихся не способен применять знания, умения в широкой области профессиональной деятельности при решении общих и конкретных задач

Зачет с оценкой- промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины). Промежуточная аттестация проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Обучающие заранее получают экзаменационные вопросы. С отвечает на **экзаменационный билет**, который включает в себя 2 вопроса.

При оценке ответа обучающегося на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;

- языковое оформление ответа.

Отметка зачтено **«отлично»** ставится, если обучающихся способен применять знания, умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих и конкретных задач.

Оценка зачтено **«хорошо»** ставится, студент способен применять знания, умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач.

Оценка зачтено **«удовлетворительно»** ставится, если студент способен применять знания, умения в ограниченной области профессиональной деятельности

Оценка зачтено **«неудовлетворительно»** ставится, если студент не способен применять знания, умения в широкой области профессиональной деятельности, успешно действовать на основе приобретенного практического опыта при решении общих задач.

При проведении экзамена учитываются результаты выполнения контрольных заданий, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций - результаты рубежного контроля (максимально 60 баллов) 10 баллов обучающийся может получить за активность на занятиях и посещаемость. На экзамене обучающийся может получить максимально 30 баллов. 86-100 баллов в совокупности соответствуют оценке «5» - отлично, 85-75 баллов - «4» хорошо, 74-60 – «3» удовлетворительно, менее 60 баллов – «2» неудовлетворительно.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература

1. Пайл, Джон. 6000 истории архитектуры и дизайна / Джон Пайл; перевод с англ. яз. О.И. Сергеевой – М.: Астрель, 2012. – 464 с.: ил.

Дополнительная литература:

1. Иттен Иоханнес. Искусство формы. Мой форкурс в Баухаузе и других школах. М: Аронов, 2015.
2. Рэнд, Пол. Дизайн: форма и хаос. М: Издал, 2013.
3. Гордон, Юрий. Книга про буквы от Аа до Яя. М: Издал, 2012.
4. Клиффорд, Джон. Иконы графического дизайна. М: Эксмо, 2014.
5. Хеллер, Стивен. Эволюция графических стилей. От викторианской эпохи до нового века. М: Издал, 2016.
6. Пендикова Ирина. Графический дизайн. Стилиевая эволюция. Инфра-М, 2016.
Аронов В. Дизайн в культуре XX века 1945–1990. М.: Издатель Д. Аронов, 2013. — 406 с.
7. Айдентика. Динамика, образ, типографика, иллюстрация и паттерн. М.: КАК Проект, Grey Matter, 2014. — 512 с.
8. Брандмейер К., Дайксель А., Глинтерник Э., Коган М. Товарный знак в Европе и в России. Вопросы теории и истории. СПб.: Славия, 2002. — 128 с.
9. История дизайна / Шарлота и Питер Филл. М.: Издательство КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2014. — 512 с.

Рекомендуемые периодические издания

Журналы:

- «Как»;
- «Проектор»;

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki> - Графический дизайн
3. <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-35604/> - Графический дизайн. Кто такой дизайнер-график?
4. <http://rosdesign.com/design/grafofdesign.htm> - Графический дизайн, Свойства используемых материалов
5. <http://www.lookatme.ru/tags/> - Графический дизайн — Look At Me
6. <http://www.designonstop.com/useful/books/10-populyarnyx-knig-o-graficheskom-dizajne-i-ob-osnovax-kompozicii-v-dizajne.htm> - 10 популярных книг о графическом дизайне и об основах композиции

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др.

Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1-й – организационный;

2-й – закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.

Особое внимание необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Важную основу самостоятельной работы студента составляет работа над рефератом по одной из тем дисциплины «История графического дизайна» и последующее выступление с презентацией на заданную тему. Эти задания стимулируют развитие логического, рационального и творческого подхода к пониманию задач графического дизайнера.

Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «История графического дизайна» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Office.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебно-вспомогательные аудитории:

- аудитории с компьютерным и видеопроекционным оборудованием для презентаций с выходом в Интернет, с достаточным дневным и вечерним освещением, оборудованные стенными шкафами, стеллажами, полками;
- учебные столы для выполнения поисковых работ.

Для развития доступности обучающихся к источникам учебной информации широко применяются возможности интернет.